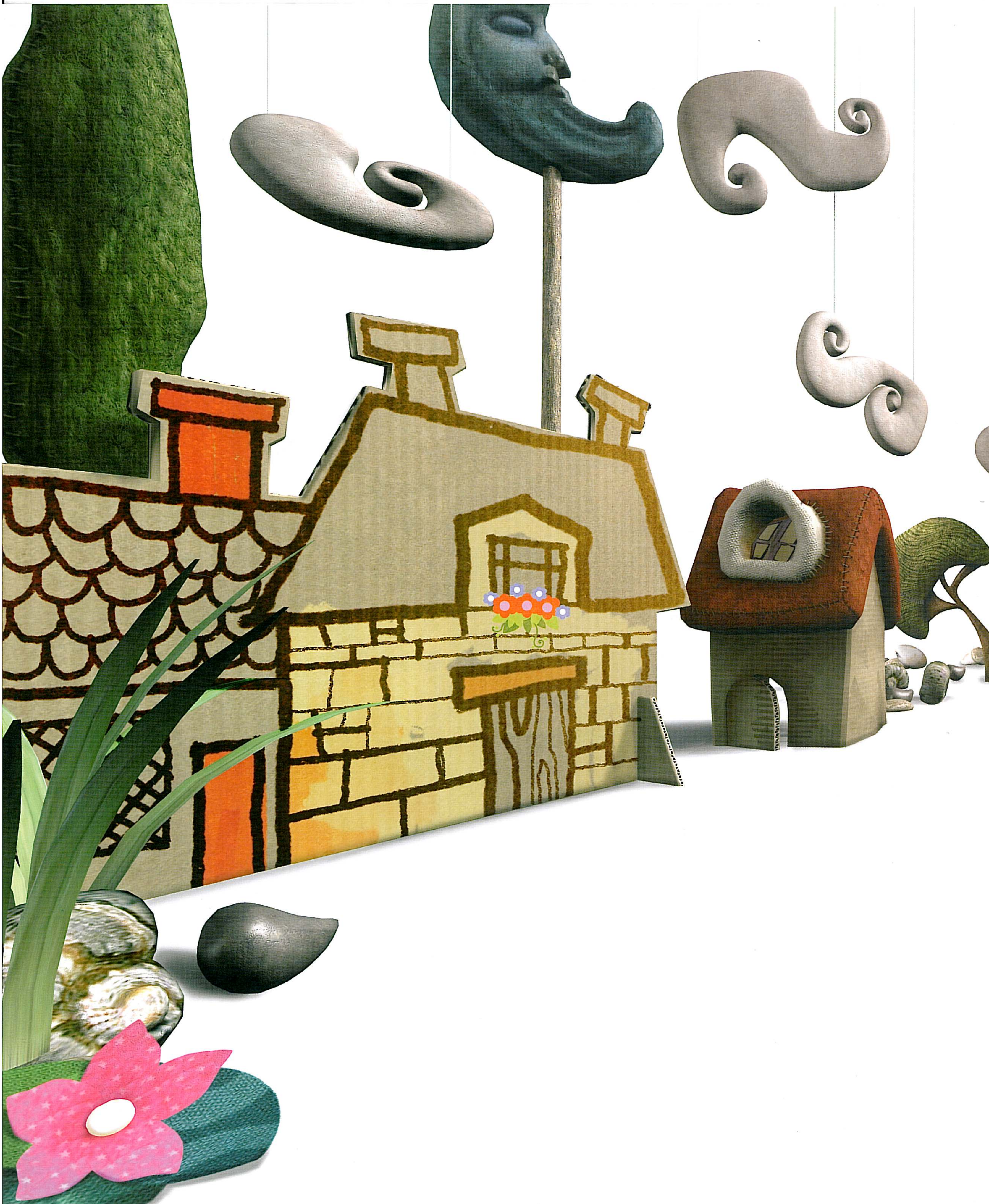
VIDEOGAME CULTURE
REVISTA MENSUAL | Nº12

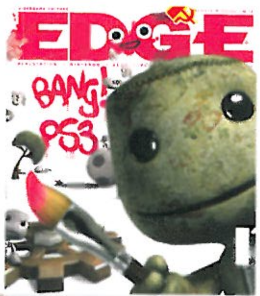
EDGE®

PLAYSTATION | NINTENDO | XBOX | PC



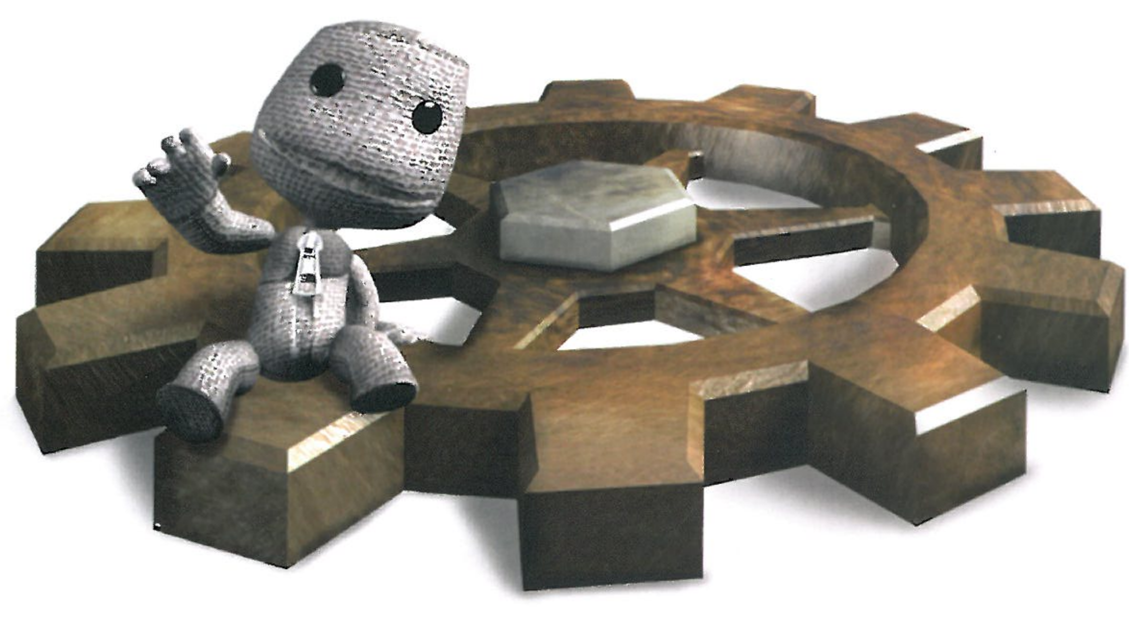
ESPAÑA 3,90€
PORTUGAL CONT 4€
GLOBUS

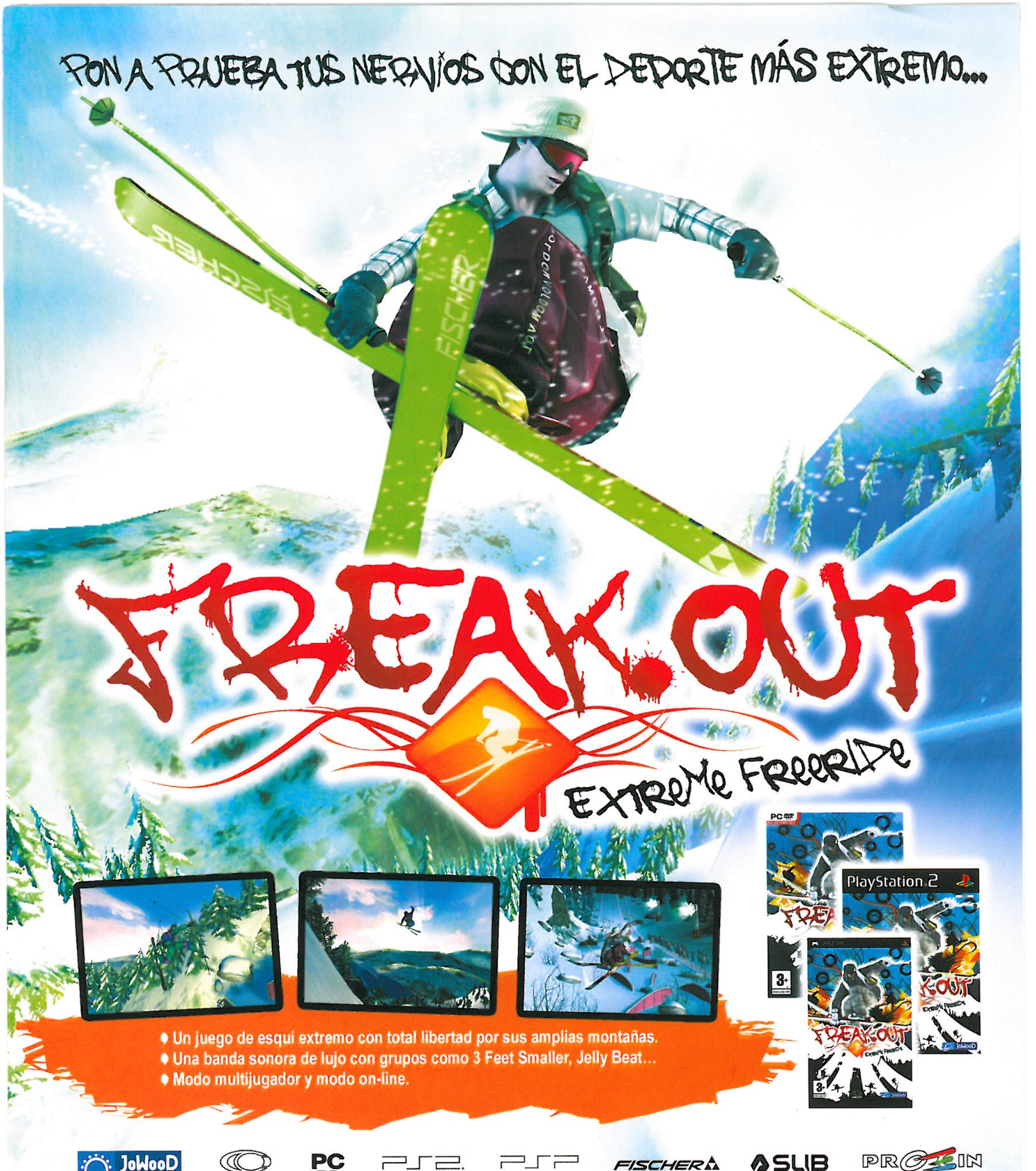




Doce números, un año con vosotros, doce meses en los que el mundo de los videojuegos ha visto aparecer nuevas consolas y consolidarse otras, pero, sobre todo, hemos descubierto juntos infinidad de nuevos juegos que llenarán de calidad las horas con nuestro *hobby* favorito. Las 360, Wii y PS3 ya son una realidad, sin más retrasos y con buen suministro en las tiendas, todos podemos tener la que deseemos y elegir nuestro juego favorito para disfrutarla. También en portátiles el año ha estado plagado de novedades, con la sorpresa de la DS, que ha sido la más vendida, y la consolidación de la PSP como alternativa portátil para los más jugones.
Desde EDGE hemos querido dar siempre una visión exigente de un mercado en alza al que llegan todo tipo de productos, algunos de ellos sin la calidad mínima. Nuestras notas a los juegos en la parte de *Nuevo* son las más esperadas y sirven a los profesionales de los videojuegos para hacerse una idea "realista" de la calidad de los mismos. También es muy apreciada la opinión de nuestros expertos Biffo, Minter y Guest que, cada uno es su estilo, no se cortan a la hora de decir lo que piensan pese a quien pese, algo que en nuestro país no hacen ni las *webs* más conocidas. Los reportajes, muchos de ellos exclusivos, son el reflejo de lo que la industria piensa de EDGE, que es sin duda su revista de referencia si quieren contar algo y que sea tratado con seriedad. Por último, para los que llevamos mucho tiempo en esto, las secciones *The Making Of...* y *Va de retro* nos trasladan a un tiempo en que los 8, 16, 32 bits etc. hacían que diseñar juegos fuera un esfuerzo interminable. Estas secciones son y serán el corazón de la revista. En ellas volcaremos nuestros esfuerzos para acercarte cada mes la cultura de los videojuegos en su máximo nivel.

AITOR URRACA, DIRECTOR.




PON A PRUEBA TUS NERVIOS CON EL DEPORTE MÁS EXTREMO...
FREAK.OUT
EXTREME FREERIDE
PlayStation 2
FREAK.OUT
• Un juego de esquí extremo con total libertad por sus amplias montañas.
• Una banda sonora de lujo con grupos como 3 Feet Smaller, Jelly Beat...
• Modo multijugador y modo on-line.
JoWooD Productions
COLDWOOD
PC DVD
PlayStation 2
FISCHER
SLIB
www.subindustries.com
PROEIN
www.proein.com

EDGE

www.globuscom.es
Director: **Aitor Urraca**
aurraca@globuscom.es
Director de Arte: **Carlos Girbau**
cgirbau@globuscom.es
Redactora: **Sara Borondo**
sborondo@globuscom.es
Secretaria de Redacción: **Paloma Carrasco**
revistaedge@globuscom.es
Colaboradores: **Nacho Ortiz, Tonio L. Alarcón, Ángel Jiménez, Santiago Quiñones y Lola Mayo.**

PUBLICIDAD
Director Comercial: **Daniel Bezares**
dbezares@globuscom.es
Tel.: 914 471 202 Fax.: 914 456 003
Jefe de Publicidad: **Esther Codina**
ecodina@globuscom.es
Tel.: 914 471 202
Coordinación: **Almudena Raboso**
araboso@globuscom.es
Cataluña:
Director de Delegación: **César Silva**
csilva@globuscom.es
Tel.: 932 188 554 Fax: 932 188 252
Jefe de Publicidad: **Jesús Torras**
jtorras@globuscom.es
Coordinación: **María Miguel**
mmiguel@globuscom.es
País Vasco:
Jefe de Publicidad: **Mikel Díaz de Argandoña**
globusmikel@telefonica.net
Tel. Móvil: 670 802 890

PRODUCCIÓN
Directora Técnica: **Eva Pérez**
eperez@globuscom.es
Jefe de Producción: **David Ortega**
internet: **Cani Montes**
Sistemas: **Oscar Montes**
Fotomecánica: **Da Vinci**
Impresión: **Rotedic**

DIFUSIÓN
Director de Promoción y Ventas: **Antonio Esturillo**
aesturillo@globuscom.es
Suscripciones: Alicia Rodríguez
c/ Covarrubias, 1-1°. 28010 Madrid
Tel.: 914 471 202. Fax: 914 456 003
suscripciones@globuscom.es

RECURSOS HUMANOS
Directora: **María Ugena**
mugena@globuscom.es

ADMINISTRACIÓN
Director Financiero: **José Manuel Hernández**
txhdez@globuscom.es
Jefa de Tesorería: **Ana Sánchez**
aschez@globuscom.es
tesoreria@globuscom.es
Administración Ventas Directas: **Antonio Diarruyo**

EDITORIAL
Directora General de Publicaciones
Marisa Pérez Bodegas
mpbodegas@globuscom.es
Asistente Dirección Publicaciones
Carmen San Millán

EDITA
GLOBUS COMUNICACIÓN, S.A.
Presidente: **Alfredo Marrón**
amarron@globuscom.es
Dirección: Covarrubias, 1. 28010 Madrid
tel.: 914 471 202. Fax: 914 471 043

Distribución España: SGEL
Sobretasa aérea para Canarias: 0,15€
F. Imp. 8/07 Printed in Spain

Depósito legal: **M-15716-2006**



TRAS LA PISTA DE SEGA 56
El flamante Racing Studio de Sega circula entre palmeras, cielos azules y barro en el nuevo Sega Rally



EL HOMBRE DE ACERO 62
Un año después de dejar Shiny, Dave Perry revela sus planes para revolucionar el negocio del videojuego



ÉRASE UNA VEZ 68
Ser el sucesor espiritual de Baldur´s Gate es un gran peso. ¿Podrá Dragon Age cargar con él y emprender el vuelo?



THE MAKING OF... 96
Las historias y estratagemas de la ingeniosa maquinación maquiavélica y las trampas mortales de Spy vs. Spy

EDGE

SUMARIO
NÚMERO 12

Este mes



LITTLE BIG IDEA 48
Media Molecule y Sony definen en la PlayStation 3 la agradable opción de contenido producido por el usuario

Todos los meses

SUMARIO
CONTINUACIÓN

Lo más



Nuevo

START




START
DOWNLOADING
GUN
ACTIVISION
XBOX 360
BATTLE RACING IGNITED
BURNOUT
REVENGE
HITMAN
BLOOD MONEY
GEARS OF WAR
FIFA 06
RIDGE RACER 6
CARBON
NHL 07
EA SPORTS
The Elder Scrolls IV
OBLIVION
Microsoft



SOFTWARE

Descargas al rojo

Desde hace un año, el contenido descargable está que arde, pero el creciente descontento demuestra que algunos han salido escaldados

A principios de abril de 2006, Bethesda lanzó por primera vez un contenido descargable para *The Elder Scrolls IV: Oblivion*. El *pack* de Horse Armour fue uno de los primeros en proporcionar una expansión de un juego para la 360 que habías comprado en una tienda; también fue el primero en recibir las iras de algunas comunidades *online* cuando Microsoft anunció por primera vez en marzo de 2005, durante la GDC, los canales del Bazar Xbox Live y su sistema de microtransacciones. Y así responde el responsable de Horse Armour: "Si se recibieron protestas, fue porque fuimos los primeros en hacerlo. El rechazo no era sólo contra nosotros, sino también contra la idea en sí misma", explica **Pete Hines,** vicepresidente de marketing y relaciones públicas en Bethesda Softworks. "Si hubiéramos empezado con un precio más bajo, la reacción habría sido la misma. Y si hubiéramos lanzado más contenidos descargables, también. Entrábamos en terreno desconocido, así que hicimos todo lo posible para evaluar cuáles eran los otros contenidos disponibles en la 360 –temas, *packs* de imágenes, etc.– y cuál era su coste, para encontrar un precio razonable. El siguiente lanzamiento fue más pequeño, y parecía marchar bien, así que seguimos lanzando contenidos similares y volvimos a lanzar cosas más grandes, como *Mehrune's Razor* o *Knights of the Nine*".

"A pesar de tanto supuesto rechazo, cientos de miles de personas compraron Horse Armour, y seguimos vendiéndolo incluso nueve meses después"

Horse Armour aparecía al principio de un año en el que se han sucedido distintas reacciones, protestas y debates en torno al poder del Bazar, un servicio de distribución de contenidos diseñado para reforzar al jugador, aunque muchos lo han llegado a percibir justo al contrario. Quizá haya quien opine que el Bazar –con sus regalos, sus demos y su orientación a Xbox Live Arcade– ha sido, a fin de cuentas, un servicio de explotación. Pero ha habido un aspecto que se ha convertido en blanco del rencor más encendido: la expansión de juegos; es decir, pagar una y otra vez para ampliar las posibilidades de un producto comprado en una tienda. A Horse Armour, tal vez debido a su coste y a su relativo valor –200 puntos Microsoft (2,50 €) por equipar un caballo con armadura, una mejora minúscula dado el contenido que ya se ofrecía en el pack de 75 €– se le acusó de



Los contenidos descargables son del tipo que suele aparecer en ediciones especiales, como la inclusión de Vergil (arriba) en la versión redux de *Devil May Cry 3*. No suelen provocar polémica, pero sí hacen que los fans más entregados vuelvan a comprar el juego.

que, en el mejor de los casos, se trataba de un timo que los consumidores boicotearían, y, en el peor de los casos, que suponía el pistoletazo de salida para que los distribuidores saquearan los bolsillos de los jugadores enganchados al juego. Hines explica: "A pesar de tanto supuesto rechazo, cientos de miles de personas compraron Horse Armour y seguimos vendiéndolo incluso nueve meses después. Así que nadie puede decir que no debíamos haberlo lanzado, o que nadie lo quiere. Es obvio que los jugadores de *Oblivion* no piensan de la misma manera".

En consecuencia, el apoyo de Bethesda al juego ha sido recibido más calurosamente y de una forma menos minoritaria. Esto demuestra lo diferentes que son las economías y los objetivos del Bazar y de las tiendas normales. Cuando se compra un juego en una tienda, la sensación es de propiedad, el jugador siente que puede explorar el juego durante todo el tiempo que quiera, aunque, como muchos jugadores reconocen, sólo se suele aprovechar una pequeña parte de todo el contenido del juego. Pero cuando se compra *Oblivion,* uno se da cuenta de que el precio por hora de juego es increíble en teoría; y, al comprar Mehrune's Razor por 250 puntos MS (algo más de 3 €), la cuota baja, pero, aun así, muchos jugadores parecen haber accedido al *pack* y haber disfrutado de él a pesar de que el valor relativo de Horse Armour es menor que el del juego comprado en tienda.

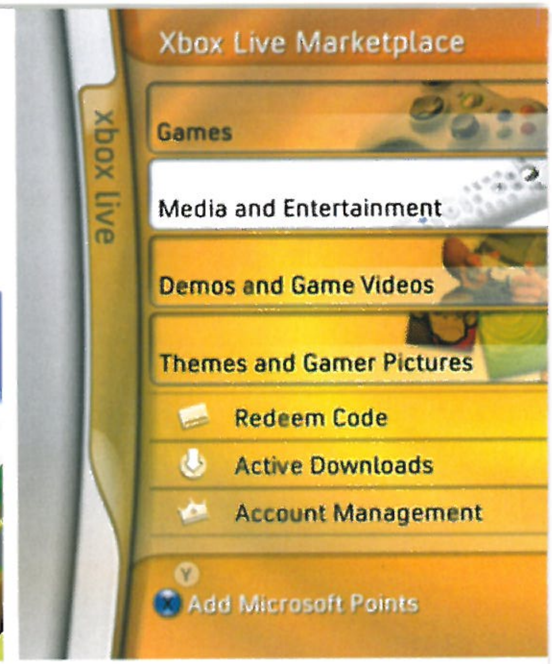
Una queja habitual es que el nuevo contenido no parece ampliar la experiencia original, sino limitarla, porque el jugador percibe que ha pagado por una experiencia incompleta, lleno de flagrantes vacíos.



Las guías de juego son un producto aceptado actualmente, si bien su proliferación –aunque sean obras bien hechas o referencias interesantes– suscita la pregunta de por qué es tan difícil acceder a todo el contenido de un juego sin ningún tipo de ayuda externa.

El coste de cada unidad de contenido disponible actualmente en Marketplace está en torno a 6.000 €, el equivalente a la compra de 80 títulos 360 habituales, un número que subiría considerablemente si se tuvieran en cuenta los precios de los juegos seminuevos.



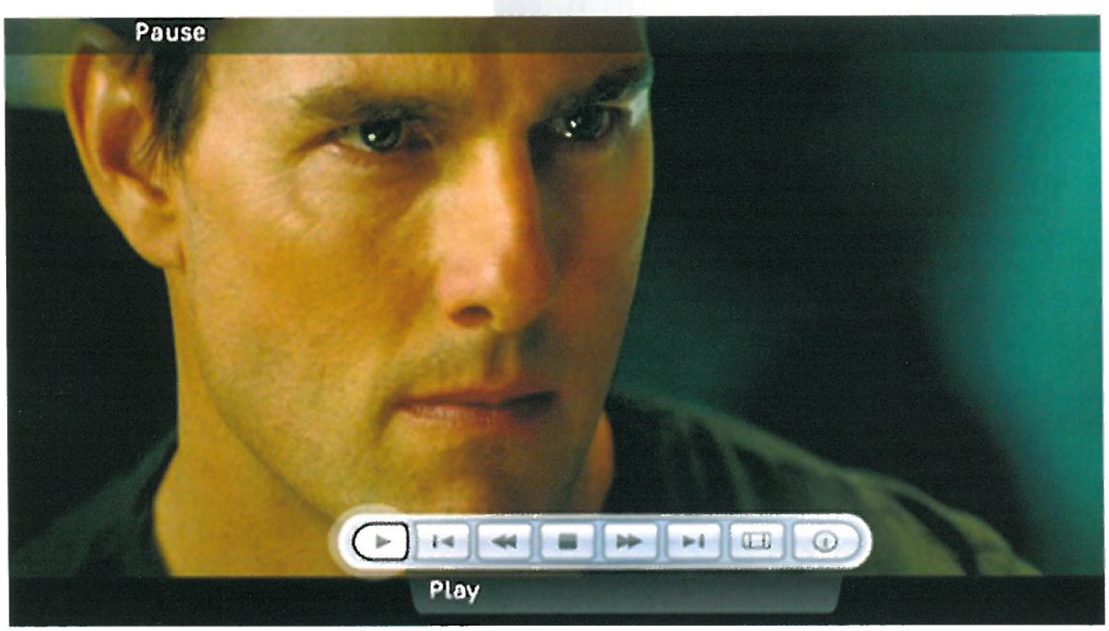


Lumines Live dejó a su paso muchas quejas en los *blogs*, pues fue el juego más caro de Live Arcade hasta entonces (1.200 puntos, algo más de 15 €), un título con muchos modos, pero con un juego limitado, pues está lleno de puertos reservados a las futuras expansiones del juego. Continuamente aparecen pantallas que piden al jugador que compre determinada expansión para poder continuar jugando. Los jugadores protestaban porque el juego parecía más bien una demo. Si el contenido de las pantallas se hubiera presentado de forma que evidenciase menos los vacíos, se hubiera recibido mejor.

Las claves de desbloqueo también han provocado recientes quejas, pues se trata de descargas tan pequeñas (118 KB, o menos) que demuestran que no sirven más que para desbloquear contenidos que ya estaban en el disco; ejemplos de esto son ciertos extras, como el vehículo de *Ridge Racer 6* o los desbloqueos de vestimenta de *Dead Rising* (el primero, casualmente, no deja a los jugadores que no tienen cuentas Gold jugar con ciertos coches, pues el acceso a los mismos depende de la puntuación que obtengas en las carreras *online*).

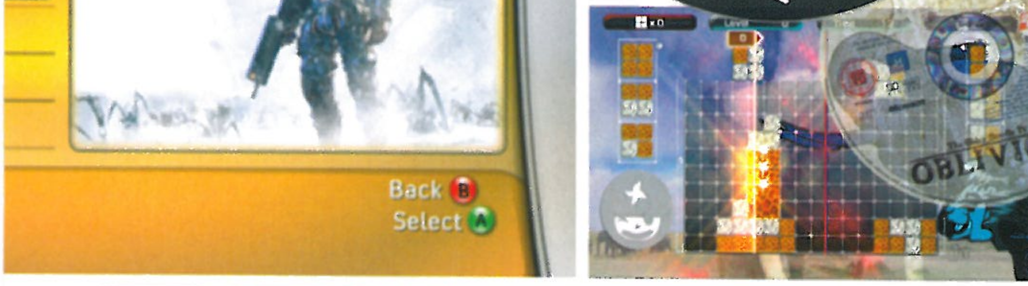
Ridge Racer 6 no deja a los jugadores que no tienen cuentas Gold jugar con ciertos coches, pues el acceso a los mismos depende de la puntuación obtenida en las carreras _online_

Durante mucho tiempo han existido discos con juegos que ofrecían contenidos a unos pocos –las áreas "de prueba" de *Zelda: Wind Waker*, o el Hot Coffee de *GTA: San Andreas*–, pero ninguno de estos contenidos supuso oficialmente una fuente de ingresos para el juego. ¿Será quizá que el método de distribución resulta artificioso, o que no se ha escogido un buen momento para ponerlo en práctica? El contenido adicional disponible en las ediciones especiales (por ejemplo, *Devil May Cry 3*) es un ejemplo de lo que puede ofrecer el Live, y a veces lo hace, pero son productos completamente nuevos que aparecen en las tiendas, no en el *dashboard* de tu máquina y poco después del lanzamiento original del juego. O quizá es sencillamente que los jugadores sienten la necesidad de mandar un mensaje a las empresas de que, si esto sigue así, no lo permitirán; esa reacción que los jugadores guardan para las ocasiones serias, cuando sienten que los están estafando, y su objetivo es que los responsables de la industria se enteren de que esta fragmentación en los contenidos supone un modelo de distribución que no debería ofender a los jugadores. Actualmente, no hay forma de prescindir de las circunstancias que sustentan el concepto de contenido descargable –por ejemplo, su aparición en el disco no niega la posibilidad de que el distribuidor y el desarrollador incluyan recursos extra en el proyecto para conseguir ingresos extra–, lo que permite denunciar, sin miedo a equivocarse, que el contenido fue amputado del juego principal para poder lanzarlo más tarde y así mantener constantes unos ingresos. Y es posible que, en vista de las negativas lanzadas en ciertos círculos, las claves de descarga pagadas terminen eliminándose, guardando los contenidos para lanzarlos en un momento más propicio y evitar que los consumidores se enfurezcan.

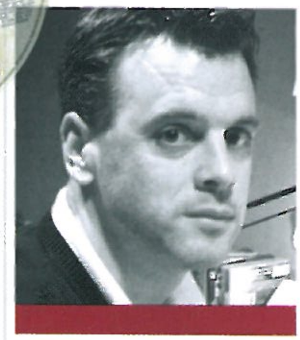


Las descargas ajenas al juego de la 360 han pasado de tráilers de películas hasta la propia película, pero al estar tan definidos –como las Gamerpics, temas de _dashboard_ y demás– no ha provocado tanta controversia como el contenido de los videojuegos.





PETE HINES,
vicepresidente de RR.PP. y marketing de Bethesda



Ahora que hay grandes posibilidades para la publicación de contenidos para consola entre varios juegos de *Elder Scrolls*, ¿sentís la tentación de utilizar ideas de *Elder Scrolls V* para *Oblivion*?
No, no lo haremos nunca. En primer lugar, porque queremos que nuestros juegos se sostengan por sí mismos. No hace falta haber jugado a *Morrowind* para disfrutar de *Oblivion*. No queremos empezar a unirlos de forma artificial. Y nuestras ideas para los contenidos descargables son cosas que, o bien las habíamos pensado originalmente para *Oblivion* y se dejaron de lado por otras, o bien fueron cosas que pensamos después y que queríamos incluir. Incluso con un juego tan grande como *Oblivion*, tienes que parar en algún momento, o no terminarías nunca.

Justo antes de la publicación de *Morrowind*, se estaba discutiendo la idea de hacer accesibles las modificaciones de PC también para la versión Xbox, aunque es algo que nunca llegó a hacerse. Después de XNA Game Studio Express, ¿creéis que, en el futuro, podríais vender herramientas a los propietarios de la 360 para que puedan crear y distribuir su propio contenido para *Oblivion*?
No creo que lo lleguemos a vender nunca de esa manera. Si hubiera alguna forma de que la gente pudiera ofrecer libremente sus modificaciones y sus *plugings* en la 360 como ocurre en el PC, lo haríamos. Siempre hemos estado a favor de ello. Pero en este momento la consola no permite ese tipo de uso, y no sé si lo hará alguna vez. Obviamente, nos preocupa el tipo de contenido que la gente puede difundir, y si creará problemas al juego con sus *plugings*. Pero en este momento es una discusión teórica; no creo que ocurra nada nuevo en este campo en un futuro próximo.



Después de que las microtransacciones de *Gran Turismo HD* se hayan reducido a una demo, las dudas sobre su valor para los jugadores menos entusiastas quedarán sin respuesta.

¿Os ha sorprendido el éxito que ha tenido el DLC? Hines sostiene que no: "*Oblivion* es un gran juego que anima a los jugadores a seguir jugando con cosas nuevas. Así que funciona lo de darles nuevos materiales para que los añadan. Sí, contamos con un plan a largo plazo. No es que vayamos a hacerlo así siempre, pero estamos dedicando a algunos de nuestros trabajadores a la creación de contenidos que creemos que mantendrán el interés de la gente por el juego. Con el reciente anuncio del *pack* oficial de expansión *Shivering Isles*, creo que cada vez más gente volverá al juego para seguir jugando y experimentando algo completamente diferente".

Los que se han sentido timados, ya sea cierto o no, desconfiarán de cualquier explicación. Y es que a muchos jugadores se les han vendido durante mucho tiempo experiencias de juego que pueden considerarse "incompletas", aunque se trata de métodos que han acabado siendo aceptados, o bien son prácticas que no se han relacionado con ningún distribuidor de juegos en particular o, como en el caso de la 360, han contado con una infraestructura muy sólida detrás. Al sector de los videojuegos no suele dársele bien publicitar sus propios tesoros, porque se ve atrapado entre la necesidad de no revelar las sorpresas que ha preparado para el jugador y el riesgo de que el usuario no descubra nunca esos secretos; no es probable, por ejemplo, que un jugador logre completar al cien por cien un juego como *Canis Canem Edit* sin recurrir a las FAQ o a una guía, o descubra la riqueza de contenidos de *Metal Gear Solid 3*. Por eso, el jugador siempre ha recurrido a los expertos aficionados (foros, discusiones entre jugadores, páginas de FAQ), o comerciales (guías oficiales, libros de trucos, teléfonos especiales...).

Más recientemente, lo que ha causado incomodidad en algunos círculos ha sido el concepto de microtransacción de Microsoft, una idea introducida en el mercado por los guardianes de la bestia negra de los juegos: EA. Tanto *Tiger Woods PGA Tour 07* como *El Padrino* en la 360 han ofrecido en el Bazar contenidos para jugadores con mucho dinero y poco tiempo, lo que les permite saltarse los requisitos para desbloquear ciertos aspectos del juego, y comprar grandes títulos de golf, en el caso del primer juego, o de obtener 70.000 € en el juego, en el segundo. Es probable que esta situación provoque iras en el futuro, porque los buenos jugadores no podrán presumir de sus logros, o estarán en desventaja cuando compitan. Este tipo de contenidos están generando



El *pack* de CD Vice City OST contiene trampas exclusivas, un desbloqueo de contenidos que, por su peculiar naturaleza, escapa a la polémica y evita la rapidez con la que estos códigos se difunden entre los jugadores a través de libros de trucos y sitios *web*.



El espacio *MMO* es otra molestia potencial para los suscriptores de Gold Live, pues la suscripción mensual a *Phantasy Star Universe* es un gasto demasiado grande para algunos, que lo rechazan en favor de la versión PC.





una división entre el jugador y el contenido del juego, algo que antes sólo existía como una opción para los tramposos, y que sólo era accesible a través de las fuentes antes mencionadas.

La cosa se ha ido calentando cuando *El Padrino* ofreció la posibilidad de desbloquear las armas más potentes; están en el mundo del juego, pero necesitas tener dinero virtual para comprarlas (aunque para enterarse de esto hay que leer un texto que aparece en la propia descarga). Y los vídeos de estrategia para juegos como *NCAA 07 Football* y *Madden NFL 07* son ahora contenidos por los que hay que pagar. Y, aunque no son caros, a ojos de muchos siguen siendo una molestia, ya que los precios de venta recomendados en la 360 son cada vez más altos.

Sólo ha pasado un año desde que el catálogo de contenidos descargables de la 360 se empezó a difundir en serio, y algo menos de seis meses desde que las tres grandes consolas abrieron su *online* en el mismo campo; aún le falta mucho al mercado para ser sólido, aunque los fabricantes de consolas sigan trabajando con diligencia para seguir inyectándole contenido. A pesar de la insistencia y del profundo descontento, las protestas no han logrado alterar el curso de los contenidos descargables. Puede ser que continúe la tensión entre lo que los distribuidores creen que se espera de ellos y lo que los jugadores quieren conseguir; queda aún mucho por explorar. Los comentarios (vengan de los que se sienten ofendidos de verdad o de los que se quejan por vicio) y la proliferación de contenidos descargables confirman que este aspecto del juego de consola está impulsado por la ley más antigua del comercio: si lo compras, alguien lo venderá.

CHRIS ALLCOCK, diseñador de Kameo

¿Cuándo empezasteis a hacer planes para contenidos descargables en *Kameo*?
Pensábamos que la cooperación lo mejoraría; desde las primeras pruebas, teníamos claro que las secciones de acción serían muy divertidas. Pero teníamos que respetar un plazo, el lanzamiento de la 360, y, si no centrábamos nuestros recursos en el modo para un solo jugador, el multijugador también habría sufrido. Afortunadamente, ahora contamos con todas las opciones que el Bazar pone a nuestra disposición, así que nuestros ingenieros de red han cambiado sus objetivos, y han transformado la cooperación *online* en contenidos descargables, mientras el resto del equipo termina el resto del juego.

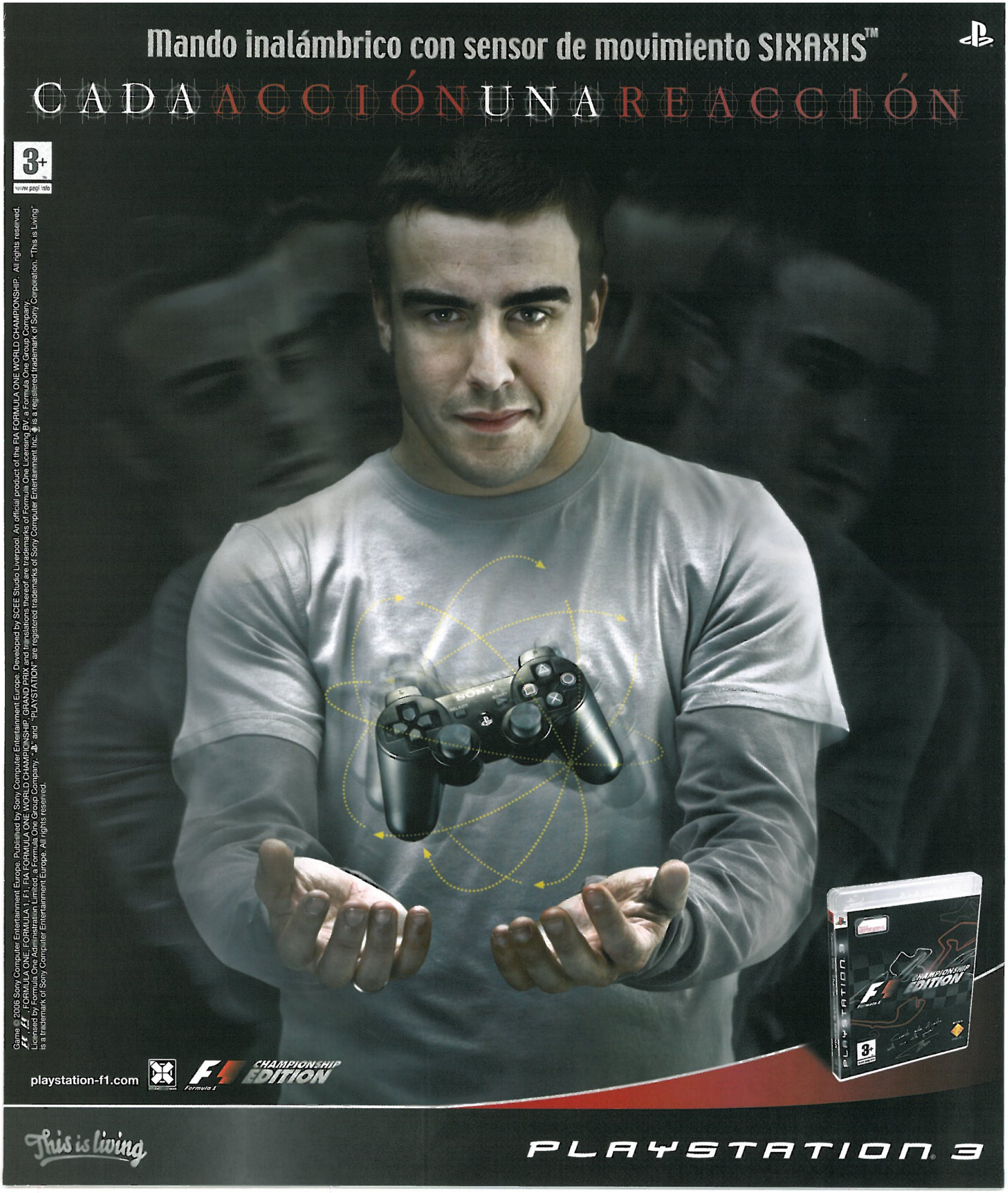
¿Os ha sorprendido el nivel de aceptación de estos contenidos posteriores al lanzamiento inicial? ¿Cómo surgieron estos contenidos?
Ningún resultado nos hubiera sorprendido demasiado; bueno, sí, que hubiera tenido una aceptación nula. La idea en sí es tan novedosa que todo es nuevo: probarla, ofrecer el contenido y ver quién lo compra, y creo que los jugadores están haciendo lo mismo. No hay una formula mágica que garantice que todo el mundo compre, por ejemplo, un DVD, y creo que la respuesta al contenido del Bazar Xbox Live puede ser tan poco controlable como cualquier otro sistema de venta tradicional. En el caso de *Kameo*, tuvimos muchas buenas ideas mientras preparábamos el *pack* de cooperación, y queríamos probarlas, pero el juego ya se había publicado, así que podíamos ver la reacción del público. Un comentario habitual era que el juego no era tan largo como la gente esperaba, y algunos jugadores esperaban que el reto fuera mayor.

Gracias al contenido descargable, pudimos presentar el *Power Pack* como una especie de segunda experiencia de juego que podía jugarse en Xbox Live, además de proporcionar nuevas formas de multijugador (como el modo Rune Battle). En un año hemos conseguido mejorar el título tal y como querían muchos fans, algo que nunca hubiera sido posible con una segunda parte del juego o con el lanzamiento de un montaje del director... y los que estaban satisfechos con lo que ofrecía el juego original no tenían que gastarse nada más.

> "Durante el proceso de desarrollo sentíamos una extraña satisfacción; como no habíamos anunciado nuestras intenciones, teníamos la ventaja de saber lo que quería nuestro público, pero también queríamos sorprenderle"

¿Cómo se sentía el equipo responsable de la creación del contenido descargable? ¿Tenían ganas de seguir adelante, les entusiasmaba seguir lanzando nuevos contenidos que podían beneficiarse de la experiencia anterior?
El equipo que se ocupó de los dos *packs* de contenido descargable formaba parte del equipo que había trabajado en el juego principal. Durante el proceso de desarrollo sentíamos una extraña satisfacción; como no habíamos anunciado nuestras intenciones, teníamos la ventaja de saber exactamente lo que quería nuestro público, pero también queríamos sorprenderle.




Mando inalámbrico con sensor de movimiento SIXAXIS™
CADA ACCIÓN UNA REACCIÓN
3+
www.pegi.info
Game © 2006 Sony Computer Entertainment Europe. Published by Sony Computer Entertainment Europe. Developed by SCEE Studio Liverpool. An official product of the FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP. All rights reserved.
, FORMULA ONE, FORMULA 1, F1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX and translations thereof are trademarks of Formula One Licensing BV, a Formula One Group Company.
Licensed by Formula One Administration Limited, a Formula One Group Company. "" and "PLAYSTATION" are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. is a registered trademark of Sony Corporation. "This is Living" is a trademark of Sony Computer Entertainment Europe. All rights reserved.
SONY
playstation-f1.com
F1 CHAMPIONSHIP EDITION
Formula 1
This is living
PLAYSTATION 3

El gallo despega

Un nombre tonto, un objetivo serio: Gamecock busca cambiar la distribución sin revolucionar el gallinero de los estudios



"Cuando el arte y el comercio se cruzan, el arte suele salir perjudicado", bromea el editor **Mike Wilson** (a la izquierda, disfrazado de pollo). Es una historia conocida, tan conocida que, en realidad, Wilson la está contando por segunda vez en la década. Pero en esta ocasión, espera que el final sea distinto. Seis años después de dejar el sello distribuidor Gathering of Developers, Wilson y su socio Harry Miller (con sombrero) vuelven al mercado de los juegos con una nueva compañía, Gamecock.

Fundada en 1998, Gathering of Developers no quería ser sólo un distribuidor más. Su estrategia era poner en primer lugar al desarrollador, y eso suponía permitirles mantener los derechos de IP y evitar segundas partes de los juegos o licencias. No funcionó. En 2000, GOD fue vendida a Take 2 Interactive, y Miller y Wilson se quedaron fuera del negocio. Wilson suspira: "Fue desolador. Harry y yo nos marchamos pensando que nunca volveríamos".



Fury (ver recuadro) pertenece al estudio australiano Auran, cuyo objetivo es convertirse en 'el RPG competitivo *online* definitivo'.

"Tratamos de reunir 22 millones de dólares (casi 17 millones de euros). Pero cuando empezamos sólo teníamos cinco. Con eso sólo podíamos montar la oficina y crear una plantilla"

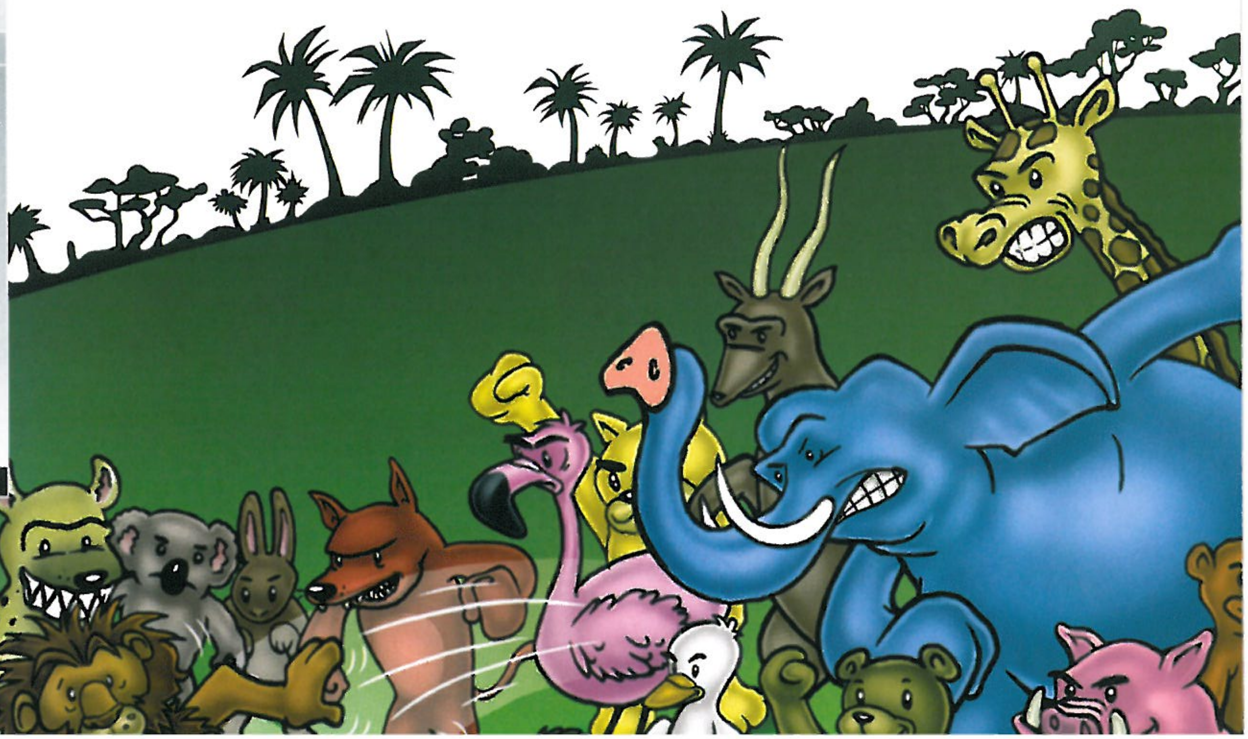
A pesar de una inversión inicial de cinco millones de dólares (casi cuatro millones de euros), GOD se había quedado sin dinero. Wilson explica: "La clave estuvo en la creación de la empresa. Tratamos de reunir 22 millones (casi 17 millones de euros). Pero sólo teníamos cinco. Y con eso sólo podíamos montar la oficina y crear una plantilla, y seguir buscando el resto del dinero mientras tratábamos de lanzar un par de juegos". Pero, aunque Miller había

Teletipo



Periféricos de la Wii

Desde que Nintendo reveló cómo era su revolución Wii estaba claro que más antes que después iban a aparecer una serie de accesorios para juegos específicos que potenciaran la inmersión en el juego integrando el mando de la consola. Joytech ha sido de las primeras empresas en lanzar una gama de productos para Wii entre los que se encuentra el Sports Pack, que incluye un volante (en la fotografía), un palo de golf y una raqueta pensados para usarse con los juegos de deportes de Wii por 29,99 €, el Racing Grip (un adaptador para convertir el Wiimando en un volante) que cuesta 14,99 € o el Controller Grip, una carcasa que transforma el innovador mando de la Wii en otro con un aire más tradicional por 14,99 €. Sandisk se ha sumado a la fiebre Wii con una tarjeta SD especial, blanca como la consola de Nintendo; las tarjetas "Sandisk for Wii" estarán a la venta con 512 Mb, 1Gb y 2Gb de capacidad a un precio de entre 34,99 y 89,99 €.



GAMECOCK MEDIA GROUP

sido director de Relic, y Wilson había trabajado en empresas como id Software y en Ion Storm, lanzar los juegos fue más difícil de lo que habían pensado: "No teníamos una buena cantidad de juegos más pequeños, o juegos de consola o algo así. Todos nuestros títulos eran grandes, con tecnología punta para PC, y lo que pasa con los grandes juegos para PC es que fallan". GOD estaba en un callejón sin salida. Sin dinero no podían financiar juegos, y sin publicar juegos no podían hacer dinero.

Tras vender la empresa, Miller y Wilson exploraron distintos proyectos lejos de la industria del juego. Paradójicamente, fueron aquellos grandes títulos los que les trajeron de vuelta. "Poco a poco, todos aquellos juegos que contratamos fueron saliendo, y se vendieron muy bien, aunque no había nadie al frente del barco", cuenta Wilson. Le convencieron para que se incorporara a Take 2 para ayudar a reflotar la empresa, e inmediatamente volvió a enfrentarse a las mismas frustraciones que le habían hecho dejar la industria antes. "Estuve en un E3. Era Mike, el de Take 2, y fui a todas aquellas reuniones y vi la frustración: Warren Spector y Alex Seropian y todos aquellos tíos diciendo: 'No me dan luz verde para sacar un juego original que me arregle la vida'. Intenté contratar algunos de esos juegos para Take 2. No quiero acusar a nadie, pero, políticamente, trabajar en una gran empresa con accionistas no podía funcionar".

Y entonces nació Gamecock. Pero esta vez Miller y Wilson estaban decididos a no enfrentarse al mismo destino que GOD sufrió por falta de fondos. Calcularon que necesitarían el doble de dinero que cuando crearon su primera empresa en 1998, y empezaron a buscar financiación, decididos a reunir toda la cantidad, esta vez por adelantado. Buscar inversores fuera de la industria del juego acabó dando resultado y, después de reunir todo el

Hail To The Chimp

Estudio: Wideload Games
Plataformas: 360, PS3

"Cuando tienes un hijo, no le vendes como esclavo para que trabaje en la mina de sal de un extraño. Le pones a trabajar en la mina de sal que tienes en el patio de tu casa", explica Alex Seropian, presidente de Wideload Games, sobre permitir que un desarrollador se quede con su IP. Wideload Games se quedó tan impresionado con el modelo de negocio de Gamecock que va a esperar un año para que Miller y Wilson reúnan dinero para firmar con ellos. El juego resultante, continuación del juego de 2005 *Stubbs The Zombie*, es *Hail To The Chimp*, un *party beat'em up* ambientado en un reino de animales de dibujos animados. Orientado al multijugador, su principal objetivo de HTTC sigue siendo tremendamente simple, según Seropian: "Si no te ríes jugando un juego *party*, es porque el desarrollador organizó una porquería de fiesta".




Mushroom Men: The Spore War

Desarrollador: Red Fly Studios
Plataformas: Consolas y portátiles

***Mushroom Men* pone al jugador en la piel de una seta de tres pulgadas (casi ocho centímetros) de altura para lanzarle después a una serie de batallas que tienen lugar en escenarios domésticos de tamaño gigante. Aunque todavía hay pocos detalles, el juego parece mezclar una frenética violencia de golpes y cuchilladas con un potencial para una estrategia más Pikmin-esque. Con aproximadamente diez niveles, *Mushroom Men* puede ser un juego de tamaño pequeño en varios sentidos, pero la promesa de batallas multijugador y su énfasis en el uso creativo e inesperado de los objetos del entorno puede añadir un atractivo duradero a un juego que parece dispuesto a ser deliciosamente raro.**









dinero, empezaron creando un abanico de juegos equilibrado, para poder asumir que fallaran algunos juegos, e incluyendo consola además de PC.

Puede que el enfoque nos ea el mismo que tuvo GOD, pero Gamecock mantiene el objetivo. Wilson afirma: "Creemos que estamos prestando un servicio a los desarrolladores. Tenemos que dotarles de todo tipo de vías para llegar al consumidor. No queremos ser los propietarios de todo. Sólo queremos tener buenas relaciones y convertirnos en el camino más atractivo para que los independientes lleguen a su público por todos los medios: en las tiendas y con distribución digital; es decir, hacer todo lo que EA haría por ellos, pero sin todo lo que no querrían que EA hiciera por ellos".

Y un aspecto fundamental del plan sigue siendo que los desarrolladores mantengan los derechos de la IP. Wilson explica: "Mi negocio consiste en distribuir juegos, y eso da mucho dinero. Mientras yo mantenga los derechos del juego y sobre una segunda parte, no tengo problema en permitir que los artistas se queden con su IP. No quiero verme en la situación de forzar a alguien a trabajar conmigo solo porque su licencia es mía".

Es una opción arriesgada, pero Wilson cree que en el mercado hay un lugar para compañías como Gamecock, con organizaciones capaces de asumir grandes riesgos con proyectos pequeños. Afirma: "El problema con esta industria en este momento es que la gente no quiere hacer cosas originales, y que todo el dinero llega a través de esas grandes empresas con accionistas. No es que sean tontos, o que tengan miedo, sino que pesan sobre ellas muchas presiones por la obligación de tener que cumplir ciertos objetivos trimestralmente, y, hagan lo que hagan, se espera que cada año lo hagan mejor todavía. Hay una gran distancia entre esas empresas gigantes y las pequeñas empresas con pocos fondos. Hay un gran vacío, y estoy seguro de que, si lo hacemos bien, habrá otros distribuidores que seguirán nuestro modelo".

Hasta ahora la estrategia parece funcionar, pues Gamecock ha contratado algunos juegos importantes. Y, fieles a su palabra, los cinco anunciados en su primer lanzamiento son de IP original.
Wilson expone: "Uno de los primeros equipos con los que firmamos es Firefly. Son los que hicieron *Stronghold*. Vendieron un millón de unidades, y todavía mantienen el nombre de *Stronghold*. Nos dijeron: 'Estamos dispuestos a hacer *Stronghold 3* con vosotros. O podemos hacer un juego original que se llama *Hero*'. Harry y yo quisimos inmediatamente el juego original, porque se les veía en la

Hero

Desarrollador: Firefly Studios
Plataformas: 360, PC

En vez de optar por hacer una continuación a su exitosa serie *Stronghold*, Firefly decidió crear una IP original, y el resultado es *Hero*, un juego cuyo protagonista se arrastra por mazmorras subterráneas en un entorno opresivo y muy elaborado. "Muchos juegos que han trabajado con este tema parecen seguir las convenciones establecidas en los años 70: cofres llenos de oro, por ejemplo, rodeados de monstruos que están esperando que los maten. ¿A nadie se le ocurre que estas criaturas podrían haber escapado con el oro? ¿Es que nunca comen? ¿No tienen que ir al baño?", se pregunta el diseñador jefe, Simon Bradbury, antes de añadir, amenazadoramente: "¡Pues en ese momento es cuando entramos nosotros!". Firefly define este juego como un 'GTA para duendes,' lo que, unido a las habilidades de este equipo con la simulación, es una propuesta atractiva.







Insecticide

Desarrollador: Crackpot
Plataformas: DS y PC

El equipo creador de *Insecticide* cuenta con algunas de las personas responsables de *Day of the Tentacle*, la serie *Monkey Island* y otros grandes títulos de LucasArts, pero, aunque este nuevo título es una aventura, está como loco por llegar a ser mucho más. Combinando una compleja narrativa con tonos de cine negro –algo que empieza a robar protagonismo a las bandas de gánsters urbanos–, los elementos más innovadores de *Insecticide* son quizá la inclusión de tiroteos y del multijugador. Queda por ver cómo se ajusta todo esto con el relativamente plácido ritmo del género de aventuras, pero ese éxito de contrabando que han alcanzado varios títulos SCUMM en la DS implica, cuando menos, que esa extraña mezcla de plataformas puede tener mejores resultados de lo esperado.

mirada que era lo que de verdad querían hacer".

Aunque Gamecock quiere trabajar con modelos alternativos de distribución como descargas digitales –tendencias que un día pueden hacer que los distribuidores sean obsoletos–, Wilson siente que la industria siempre necesitará algún tipo de infraestructura de distribución. "Alguien tiene que poner el dinero, eso es lo que en realidad necesita un desarrollador de un distribuidor. Quizá cuando hagamos ricos a algún equipo, acabarán formando su propia compañía".

Wilson confía en que esta vez Miller y él han creado un modelo de distribución que funciona, sin dejar de proteger a los desarrolladores: "La diferencia está en que la última vez nos embarcamos en una auténtica cruzada para cambiar la industria, y esta vez estamos aprovechando el hecho de que la industria no puede cambiar", sostiene. Quizá el signo más evidente es el propio nombre. "Ponernos un nombre como Gamecock ('gallo de pelea') es tener una estrategia transparente con respecto al dinero, y afirmar que lo importante no es nuestra marca, sino el hecho de que estamos dando una marca a los desarrolladores. Creo que la única manera de que un jugador establezca una relación con su artista favorito es conseguir que sepa quién es ese artista. Que sepa quién ha hecho ese juego que adora y quién ha hecho esa porquería de juego que detesta. Ahora todos esos nombres aparecen ocultos detrás del distribuidor, y al consumidor le cuesta descubrir quien hizo el juego en ese galimatías de logos que hay en la caja. Gamecock significa que no nos tomamos demasiado en serio a nosotros mismos. Nuestro nombre aparecerá en letra pequeña detrás de la caja".

"Creo que la única manera de que un jugador establezca una relación con su artista favorito es lograr que sepa quién es ese artista"



Fury

Desarrollador: Auran
Plataforma: PC

Ambicioso hasta la exageración, *Fury* toma los géneros FPS y RPG, y los mezcla en un marco de MMO. El juego ofrece modos de juego individual y de grupo, y parece haber muchos signos de que el equipo responsable de esta mezcla de acrónimos, que han trabajado antes en títulos como *Ultima Online*, *Star Wars Galaxies* y *Need For Speed Underground*, tiene buenas ideas para estar a la altura de un juego cuyo diseño abarca tantas cosas. El juego ofrece un nuevo sistema que permite a los jugadores cambiar de clase durante las batallas, lo que añade estrategia a las rápidas escaramuzas; otra buena idea es hacer que los servidores del juego, conocidos como reinos, compitan unos contra otros en zonas de guerra.

OUT THERE



PREMIOS DE LA AIAS

La Academia de las Artes y las Ciencias Interactivas (AIAS) ha entregado este febrero en Las Vegas los premios a los mejores videojuegos del año pasado. *Gears of War* (360, Microsoft) se ha hecho con ocho trofeos, entre ellos Juego del Año, Juego de Consola, Animación, Dirección Artística, Jugabilidad Online y Personaje Masculino. *Wii Sports* (Wii, Nintendo) ha obtenido tres premios: a la Innovación, Ingeniería de Jugabilidad y al Diseño de Juego. En la categoría de ordenador el ganador ha sido *Elder Scrolls IV: Oblivion* (2k Games) y en portátil, *Brain Training* (DS, Nintendo).



Esta edición de la entrega de premios se vio precedida de un bronco enfrentamiento entre la AIAS y Capcom. La empresa se indignó cuando juegos suyos como *Okami* (PS2) o *Dead Rising* (360) no fueron finalistas en los premios porque la empresa no había pagado la cuota de 10.000 dólares de la asociación (algo que también ha ocurrido a Tecmo y Eidos).

● http://www.interactive.org





Olivier Bachelin viaja cada semana a Madrid desde Lyon, donde está la sede central de Nobilis.

SOFTWARE

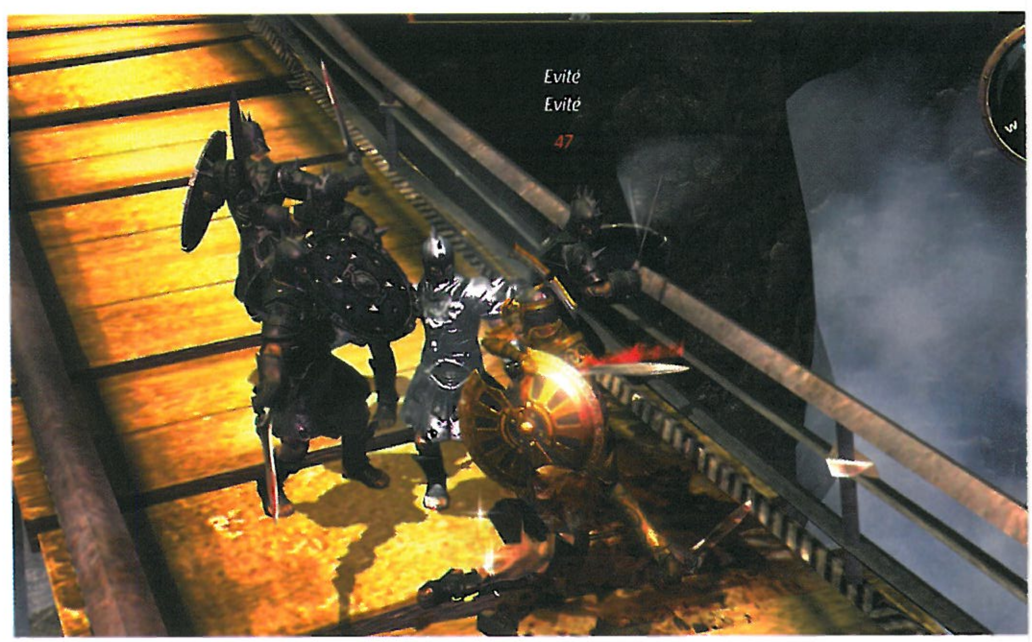
Afinar la puntería

Nobilis busca nichos de mercado muy concretos mientras amplía su papel de productor de videojuegos

Algunos conductores prefieren los coches franceses porque, frente a la magnífica ingeniería alemana o la calidad inglesa, ofrecen al conductor un vehículo que sirve para todo, útil y por poco dinero, que cumple lo que buscabas al comprarlo. Esa misma sensación, trasladada al videojuego, es la que transmite Nobilis, una distribuidora francesa creada en 2001 que está en España desde 2003. El director general de Nobilis Ibérica, **Olivier Bachelin,** lo describe como: "aprovechar las oportunidades de negocio" o "buscar los nichos de mercado". Los productos de Nobilis, en gran medida, ofrecen una excelente relación calidad-precio, buscan a ese jugador que quiere algo un poco especial, o que desea que le entiendan en los gustos. Fundada por gente que ha trabajado en empresas como Microsoft o Canal + (Bachelin, por ejemplo, estuvo al frente de Infogrames España), Nobilis analiza el mercado del videojuego bùscando los huecos que dejan las grandes distribuidoras. En estos tiempos de transición entre dos generaciones de consolas, ¿cómo conseguirlo? Analizando el mercado, estas son, según Bachelin, las posibilidades a corto y medio plazo: "nuevas consolas, periféricos, PC, nuevas gamas y nuevos públicos". Dicho así, parece que no es nada que no se haya dicho ya, pero hay importantes matices. Como poco, el panorama del videojuego nacional se enriquece con esta particular distribuidora, ubicada en unas flamantes oficinas donde todo está como tiene que estar, elegantemente sobrias y amplias.

"En los últimos tres años, la facturación de PC en España ha crecido y ese dato es importante. Es uno de los ejes de desarrollo más importantes para Nobilis"

Nobilis tiene en mente potenciar la producción de videojuegos, sin olvidar "que somos independientes y no tenemos los medios de Ubi o Electronic Arts", reconoce Bachelin. Y es que con los costes de desarrollar para la nueva generación, las distribuidoras medianas no pueden permitirse errores. Pero ahí está la experiencia de Nobilis con juegos que han salido ya para PC como *Camera Café,* la aventura *The Secrets of Da Vinci,* la recién lanzada *Rumbo a la Isla del Tesoro* o *Tv Giant* (de la franquicia comprada a JoWood). Sin olvidar *Moto Racer* (licencia recién comprada que tal vez sea su primera producción para la nueva generación de consolas).



Teletipo



Inmigración virtual

Suecia ha anunciado que va a abrir una embajada y un centro de información en el mundo online Second Life. Es el primer país que va a hacerlo.

Pero no tendrá estrictamente una misión diplomática (como mejorar el comercio entre naciones o evitar un conflicto Suecia/Second Life). La idea partió de un centro de información llamado Instituto Sueco, y tiene todo el apoyo del Ministerio de Suecia de Asuntos Exteriores.

La embajada, que se llamará Casa de Suecia, se basará en el edificio de la embajada sueca en Washington, no emitirá pasaportes ni visados, pero sí ofrecerá información detallada de cómo obtener esos documentos en el mundo real, así como información para los turistas que deseen visitar el país.

Olle Wastberg, director general del Instituto Sueco, dice: "Reponderá a preguntas sobre cualquier aspecto de Suecia. Second Life nos permite informar a la gente y permitirle contactar con Suecia de forma fácil y barata".





En la parte superior izquierda de la otra página y sobre estas líneas: así será *Two Worlds.* El juego se ha retrasado hasta el 9 de mayo para mejorar el balance y el modo multijugador. Saldrá en PC y 360.

En estos tiempos de transición de consolas, Nobilis apuesta por los juegos de PC: "con el lanzamiento de nuevas consolas, los jugadores no se deciden al principio por una u otra y van al sector refugio, el PC", apunta **Fran Díaz,** director de Marketing. Nobilis decide, entonces, ofrecer juegos para *hardcore gamers,* como *Loki* o *Two Worlds,* títulos que van a salir ahora, o los conocidos *Spellforce* o *Gothic.* "En los últimos tres años la facturación de PC en España ha crecido y ese dato es importante. Es uno de los ejes de desarrollo más importantes para Nobilis", apunta Bachelin.

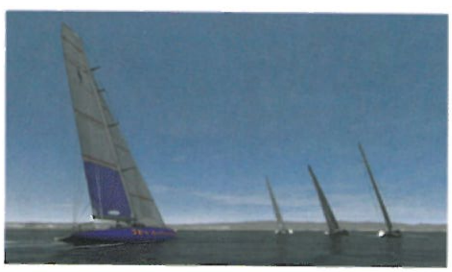
Una de las peculiaridades más importantes de Nobilis es su dedicación a sectores de jugadores muy específicos: *Virtual Skipper 32nd America's Cup Edition* es el juego oficial de la Copa América de Vela de este año y *Aventuras a Caballo* es un simulador hípico. La empresa es consciente de que no puede competir con simuladores deportivos de fútbol o de baloncesto, pero sí está en su mano ofrecer un buen simulador de biatlón, o de vela.

Otro de sus ejes es abrir nuevos mercados, con la distribución de simuladores del gusto femenino *(Zoom: Cazadores de Exclusivas)* o con unos precios muy atractivos dentro de su línea de productos Neo, con juegos a 20 €. Para encontrar estas oportunidades de negocio, Nobilis busca la originalidad, pensar de forma creativa. Ahora que nadie apuesta por las aventuras gráficas, esta empresa saca una gama específica (que ha empezado con *Rumbo a la Isla del Tesoro);* y cuando nadie pensaba en jugar con algo diferente a un mando, en 2003, Nobilis sacó una alfombrilla de baile; Bachelin afirma satisfecho: "decían que no iba a venderse, y hemos vendido más de 50.000. Fue una apuesta". Y más original aún es la apuesta por el DVDi, del que van a lanzar 10 títulos. Se trata de jugar usando el hardware de un lector de DVD. Bachelin apunta: "el 35 por ciento de los hogares tiene consola, el 50 por ciento tiene PC, y el 90 por ciento, DVD". Aunque desconocido en España, este tipo de juegos, destinado a quienes no saben ni quieren aprender a jugar en consola, triunfa en Inglaterra con títulos como *The Secrets of Da Vinci, Qi* (un entrenador mental) y *Póker.*

Aunque Nobilis siempre ha distribuido periféricos (de sobra es conocido el *Race Pack,* que pasa de ser mochila a silla con volante de forma casi mágica), ahora ha pasado a ser fabricante con la marca propia Subsonic, a cargo de la filial Nobilis Accesories. Ha ampliado la plantilla y creado un equipo en China, con contacto directo con todas las filiales para intercambiar información de cómo deben ser los productos. Con Subsonic es inevitable que se venga a la mente otra vez ese "toque francés". El mando para la PS3 ha variado la forma de los gatillos de la versión oficial, para que no se resbalen los dedos, y es más cómodo, y además contiene los *drivers* para poderlo usar en el PC; "no queremos que nuestros jugadores tengan que comprarse un mando para cada cosa", apunta Díaz. Para la Wii, el periférico estrella es un cargador, para no tener que cambiar las pilas al mando cada pocos días. El espectro de productos de Subsonic va más allá, con unos altavoces portátiles que servirán incluso para el iPod, y cables pensados para aprovechar al máximo el equipo de juego que tengas, ya sea plasma, LCD, o una pequeña tele portátil. Un último periférico: minicrucetas para poner sobre el pequeño e incómodo stick de la PSP. Facilitan los movimientos.

Una curiosidad: ¿Por qué Nobilis tiene oficina en España y no en Alemania o Inglaterra, mercados potentes? Bachelin responde: "en Inglaterra lo hemos intentado, pero es un mercado muy atípico. El mercado español nos pareció con muchas más oportunidades, y se podía crear una infraestructura con menos riesgos", para acabar con un algo sorprendente "además, España nos gusta".







Loki **(izquierda), a medio camino entre un Hack'n'slash y un RPG, sale el 25 de mayo. Sobre estas líneas, arriba, *Virtual Skipper 32nd America's Cup Edition,* en homenaje a la Copa de América que se celebrará en Valencia este año. Abajo, *Top Spin 2.* Nobilis se encargó de la distribución de la versión para PC.**

OUT THERE



¿EMULACIÓN EN LA 360?



Se lanzó en principio para la codificación independiente y desarrollar ideas originales, pero la herramienta de desarrollo XNA Game Studio Express ha dado lugar al primer emulador independiente: Lone Coder's XNA SharpNESS.

Es un puerto de SharpNES para Windows hecho por Jonathan Turner; la versión de la 360 está en su fase inicial y funciona a entre un 60 y un 70 por ciento de su velocidad, sin sonido y sin la opción de salvar.

Mientras, en Sourceforge.net, un proyecto de emulación del arcade Space Invaders llamado DotRetro anuncia que su próxima versión 0.3 llevará los juegos de la NES a .NET y XNA para que funcionen en la 360.

Ninguno de ellos puede utilizarse en la 360 sin ser miembro del club de Creadores de XNA, y no son cómodos de usar, pero muestran lo que XNA puede lograr en manos de ciertos desarrolladores.

- http://code.google.com/p/xnasharpnes/
  http://sourceforge.net/projects/dotretro

SOUND BYTES

"En mi humilde opinión, es un completo desastre. Siguen diciendo que tienen un servicio gratuito. Claro, como no dan nada, por supuesto que es gratuito. ¿Y qué tienen de gratuito 600 dólares?"
Chris Satchell, de Microsoft, deja a un lado las formas en una venenosa crítica al servicio *online* de la PS3.

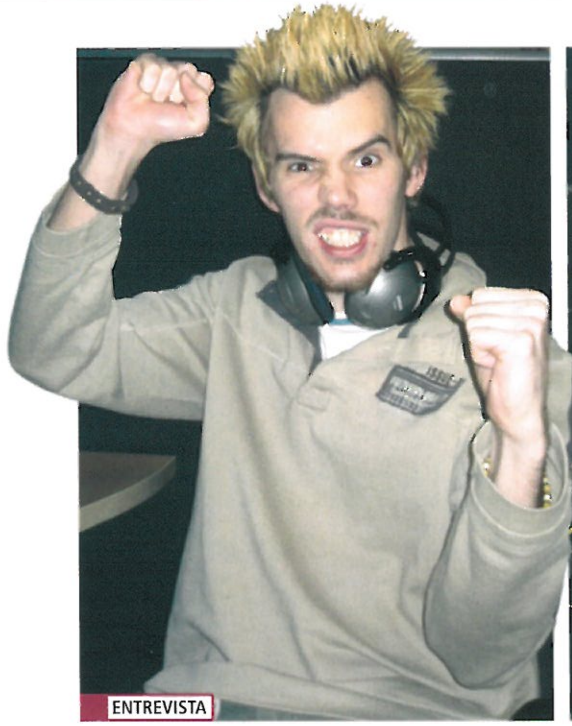
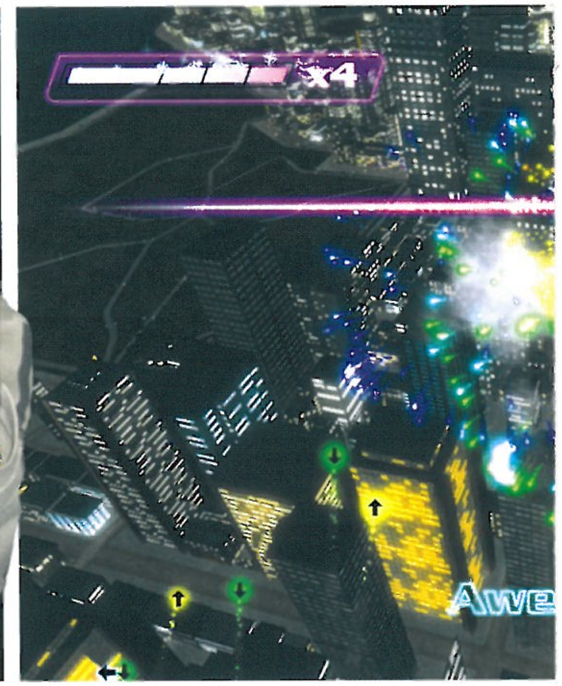
Tyra: "¿Y cuando ella estaba de parto se fue a jugar? Pero, Dr. Garry... eso"
Dr. Garry: "Eso es algo muy fuerte. ¿Cómo puedes...?"
Tyra: "Eso es algo realmente grave. Alguien... tu mujer está teniendo un hijo y tu te vas a jugar a un videojuego, eso es muy fuerte, en mi opinión."
Las cosas se ponen, digamos, fuertes, en el *talk show* de Tyra Bank, hablando de los peligros de la adicción a *World of WarCraft*.

"Wii puede considerarse poco más que una compra impulsiva".
El portavoz de Sony, Dave Karraker, quiere ser despectivo, pero se queda más cerca de la desesperación.

"Un grave error, pero necesario para la supervivencia del festival".
El director de Slamdance, Peter Baxter, califica así su decisión de sacar *Super Columbine Massacre RPG* de la competición Gamemaker del festival, debido a presiones de sus patrocinadores financieros.

"Los arqueólogos del futuro encontrarán una 'Vista Upgrade Layer' cuando recorran nuestros vertederos de basura".
Siân Berry, principal portavoz femenina del Partido Verde, agita la bandera ecológica ante los que tiran sus viejas máquinas al comprar un nuevo OS. Que nadie le enseñe *Crysis*.

"Todos esos juegos malos se quedan en la estantería. Si conseguimos venderlos, perdemos aún más dinero, porque los precios no están protegidos. Y no nos dejan devolverlos. Así que, cuando compramos un mal juego, perdemos dinero debido a la continua caída de los precios. Por supuesto, si la industria del videojuego produjera juegos de calidad, no habría este problema."
Carta abierta del vendedor *online* DVD Empire, explicando por qué está dejando de vender videojuegos.

ENTREVISTA

Amor y cohetes

Por si pensabas que *Geometry Wars*, y no *PGR3*, iba a ser la contribución más duradera de Bizarre Creation para la 360

Es más probable que *Boom Boom Rocket* se mantenga que la mayoría de los juegos casuales. No se trata sólo de la continuación del emblemático *Geometry Wars* de Bizarre Creations, sino también la primera incursión de EA en Xbox Live Arcade. Este juego musical va a convertirse en el sucesor espiritual de *Fantavision*, título de lanzamiento de PS2, pero, según explicó **Ben Ward,** responsable de la comunidad y de la web de Bizarre, su equipo tiene ideas propias.

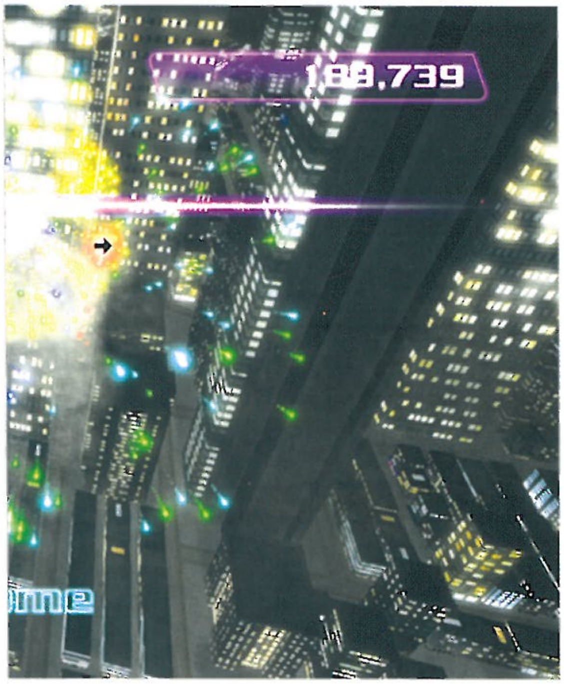
¿Cómo es el equipo que trabaja en *Boom Boom Rocket*?
Tenemos un grupo formado de siete personas, que cuentan con la ayuda de otros trabajadores de la empresa. La mayor parte son técnicos que comparten este trabajo con su tarea en el departamento de sonido. También hemos incorporado también a dos programadores gráficos profesionales para dar al juego un poco más de garra. Uno de ellos es Stephen Cakebread, el creador de *Geometry Wars,* lo que demuestra que nos estamos tomando realmente muy en serio Boom Boom Rocket.

"EA nos presentó el concepto del juego, y parecía una gran idea. La clave de Live Arcade consiste en una nueva IP que tenga destrás una idea de juego que sea realmente divertida"

¿En qué se diferencia este enfoque del desarrollo de un juego como *PGR3*?
Al trabajar con un equipo más pequeño, los programadores y los artistas con los que trabajamos son más completos. En un equipo grande estás obligados a tener gente con tareas muy especializadas. En XBLA no suele haber tanta especialización, todo el mundo hace de todo. Y, en cuanto al desarrollo del juego, hay muchas diferencias entre XBLA y un juego de venta en tienda. El público es completamente diferente. La gente quiere algo con lo que pueda empezar a jugar de inmediato y que le divierta ya. Este es el concepto que domina desde las pantallas a la UI, hasta el juego en sí mismo. La velocidad y la diversión son esenciales.

Después del éxito de *Geometry Wars* ha debido ser tentador lanzar directamente una segunda parte. ¿Por qué en lugar de eso decidieron lanzar algo nuevo?
Era muy arriesgado hacer otro juego *Geometry Wars.* La primera versión XBLA tenía un equilibrio tan medido que incluso añadir un nuevo enemigo podía cambiar drásticamente el juego. Estamos muy satisfechos de habernos tomado nuestro tiempo para perfeccionar cualquier posible continuación al juego; y no consideramos la opción de acelerar *GW3*.

¿Podría contarnos algo sobre la implicación de EA en el proyecto, teniendo en cuenta que se trata de su primer juego XBLA?
EA nos presentó el concepto del juego, y parecía una gran idea, así que nos lanzamos. En mi opinión, la clave de Live Arcade consiste precisamente en tener una nueva IP que tenga detrás una idea de juego que sea realmente divertida. Nosotros ultimamos el diseño aquí en Bizarre, pero nuestros diseñadores han trabajado muy estrechamente con Pogo Studio, de EA, para asegurarse de que el juego está de acuerdo con su visión inicial. EA



BIZARRE CREATIONS

Además de la opción para un jugador, se ofrecerán batallas multijugador en la misma pantalla, y el *tempo* de la música se acelerará cada vez que se repite un tema musical.





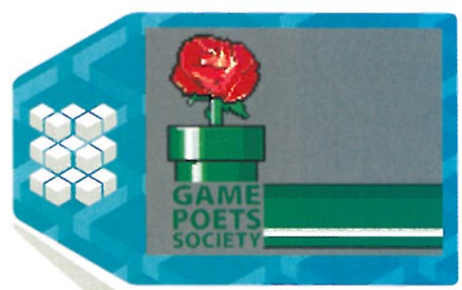
Boom Boom Rocket propone al jugador lanzar sus fuegos artificiales al ritmo de la música mientras viaja a través de la ciudad, recompensando su habilidad con explosiones cada vez más espectaculares. Al cierre de esta edición no se sabía aún si la banda sonora del juego incluiría todos esos 'ooohs' y 'aaaaahs' que suelen acompañar al lanzamiento de los cohetes.

cuenta con más títulos Live Arcade en desarrollo, pero *Boom Boom Rocket* será su primera incursión en la plataforma. Estamos muy contentos de que Bizarre pueda formar parte de esto, y creo que el juego sorprenderá a mucha gente.

¿Por qué utilizar una banda sonora clásica?
No es estrictamente clásica. Ha sido remezclada por Ian Livingstone, y refleja algunas tendencias de la música contemporánea de hoy, pero con un ritmo reconocible. Se escogió música clásica por varias razones. La primera es que tiene un atractivo neutro: no agobia a nadie. La segunda razón es que los jugadores suelen entender los ritmos y los estribillos de la música clásica más fácilmente que los de alguna música pop actual. La composición clásica suele tener una estructura establecida, un ritmo marcado, y es más fácil coreografiarla.

Últimamente ha habido cierta escasez de títulos de calidad para XBLA. ¿Qué problemas hay para la gente que hace juegos *arcade*?
Primamos la calidad sobre la cantidad. No somos el tipo de empresa que lanza un millón de juegos al año. Preferimos tomarnos nuestro tiempo y sacar uno o dos juegos de calidad cada uno o dos años. Es lo que la gente espera de Bizarre Creations, y a ello nos ceñimos con nuestros títulos XBLA.

¿Le molesta que alguna gente crea que, como los títulos XBLA y los juegos casuales son más pequeños, deben ser más fáciles de hacer?
Bueno, no son necesariamente más fáciles de hacer, aunque es cierto que, en cuanto a la organización de un gran equipo y el trabajo con plazos cortos, es más fácil completar un juego Live Arcade. Con *Geometry Wars* teníamos un único programador dedicado al proyecto. *Boom Boom* tiene una plantilla superior. ¿Esto supone que puede haber más títulos Live Arcade en el futuro? ¿Quién puede decirlo en este momento? En comparación, en *The Club* trabaja en este momento un equipo básico de más de 45 personas, y literalmente hay cientos de técnicos que trabajan en este juego a la vez que en otros, y también muchos trabajadores externos. Así que XBLA tiene todavía un largo camino por recorrer hasta que llegue a igualar un juego de venta en tienda.



LA WEB DEL MES

Hay unos cuantos entusiastas del videojuego que han caído en las redes del *haiku* fácil. La Sociedad de Poetas del Juego parece más entregada a la causa, componiendo sinceros sonetos e inofensivas loas a *Metroid, Jet Set Radio* y *Diablo*. Si echamos un vistazo a la entusiasta tarea de los aficionados de este fórum –aunque no es probable que sean una amenaza para los escritores profesionales– veremos que estos poetas tienen un digno sentido de la forma y cierta habilidad en sus enfoques. Entre la torpe gracia de The Best Videogame Poem Ever Written y la facilidad cómplice de ese W1ls7 I 4l0n3 d1d C4ll up0n 7hy 41d, inspirado por *Counter-Strike*, pueden encontrarse algunas joyas, y el sitio promete más para el futuro.

Site:
Game Poets Society
URL:
www.gamepoetssociety.com



ENTREVISTA



Al diseñador de Metronome, Björn Sunesson, le duele algo en el E3 de 2006.

Buenas vibraciones

La ciudad de sus sueños todavía no es una realidad, pero Tarsier Studio sigue construyéndola

The City of Metronome es uno de esos proyectos que hacen frotarse las manos a los jugadores entusiastas, mientras los distribuidores se rascan la cabeza. Desde que se presentó en el E3 de 2005, no se ha parado el tiempo en este mundo de ensueño, según informan su director tecnológico, **Andreas Johnsson,** y el diseñador **Björn Sunesson.**

¿Qué ha pasado en el mundo de Tarsier en los últimos dos años?

AJ: Muchas cosas. Para los que no nos conocen, diremos que empezamos como equipo –de ahí el nombre Team Tarsier– en la "incubadora" de GamePort, pero a principios de 2006 creamos nuestro propio estudio independiente. Éramos nuevos y nos faltaba experiencia. Así que, mientras mejorábamos algunos de nuestros conceptos internos (entre ellos *Metronome)* hemos trabajado para varias empresas y para proyectos más pequeños. Hemos contratado a gente excelente y hecho contactos. Desde el principio tuvimos una comunicación muy buena con SCEE. Es muy refrescante ver que intentan en serio hacer avanzar los juegos con esta nueva generación y nos anima ver que nos han tratado como a cualquier otro estudio, fijándose en nuestros valores en lugar de juzgarnos exigiéndonos una trayectoria previa determinada.

"*Metronome* ha sido un proyecto de riesgo: un nuevo equipo, elementos de juego inéditos y un entorno que no encaja en los conceptos habituales de marketing"

Entonces, ¿por qué no se ha contratado *Metronome* todavía?

BS: Desde el principio, *Metronome* ha sido un proyecto de riesgo: un nuevo equipo, elementos de juego inéditos, un entorno que no encaja en los conceptos habituales de la gente de marketing, etc. Y todo esto se va sumando. Por otra parte, al principio tomamos una serie de malas decisiones en cuanto al diseño, pensando en nuestro supuesto público.

AJ: En este momento, *Metronome* necesita un auténtico 'corte vertical' del juego, que represente todos los diseños actualizados. El problema es que, ahora mismo, no podemos implicar en esto a todo el equipo a tiempo completo. Si fuéramos una empresa más grande y no una empresa colocada al final de la cadena alimentaria de los juegos, los costes de esto serían muy pequeños.

La prensa *online* parece decidida a fijar una plataforma para *Metronome,* tal vez PS3.

BS: Me siento un poco mal cuando alguien dice que se ha comprado tal o cual consola para jugar con *Metronome.* Esto ha podido confundir también a algunos distribuidores, pero, al final, ha servido para que tuviéramos más y mejores contactos.

AJ: Todavía no entiendo cómo es posible que el juego aparezca en las listas de las tiendas *online*, con supuesta fecha de lanzamiento y una caja falsa y todo. Ello demuestra que los jugadores están deseando acceder a un juego que no se ajusta a las fórmulas habituales.

¿Algún mensaje para los seguidores de *Metronome* que temen que el juego no se publique?

BS: Si *Metronome* no hubiera contado con tanto apoyo y tanto interés, es muy probable que hubiéramos abandonado hace mucho. Pero, por lo que sabemos, sigue habiendo fans de *Metronome* por ahí, sabemos que lo estamos haciendo bien, y seguiremos trabajando para hacerlo posible.





La visión que Tarsier tiene de *Metronome* parece tan completa que da la sensación de que el juego, su continuación y el libro de diseño ya existen. Dice Sunesson: "Todo el universo de *Metronome* se desarrolló para tener la experiencia más divertida de juego posible, sin crear mecanismos narrativos estúpidos".

OUT THERE



EFECTOS DE LOS JUEGOS

Algo está cambiando en la relación entre videojuegos y sociedad: en los geriátricos se lo pasan en grande con la Wii y cada vez más estudios científicos hablan de los efectos de los videojuegos. Según un estudio de la Universidad de Rochester (EE.UU.), las personas que jugaron con *Unreal Tournament* durante un mes agudizaron su vista hasta un 20 por ciento. Los que jugaron al *Tetris* no notaron cambios. Al parecer, se debe a que en los *FPS* el jugador debe identificar los objetos rápido.

Por el contrario, una encuesta de la autoescuela británica BSM afirma que más de un tercio de los conductores conduce más rápido en carretera después de haber jugado a un juego de carreras. El diseñador de juegos David Perry dijo: "Todo lo que afecta a tus emociones influirá en cómo conduces. El tipo de enfrente, la música... son las cosas que hacen que te aceleres, no un juego al que jugaste una hora antes".



- http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/6410061.stm
- http://www.rochester.edu/news/show.php?id=2764


3+
www.pegi.info
GRAN TURISMO™ HD
THE REAL DRIVING SIMULATOR
LAS MEJORES COSAS DE LA VIDA SON GRATIS.
Conduce un Ferrari 599 en la imponente Alta Definición 1080p. Sólo tienes que registrarte en PlayStation Network desde tu PlayStation3 y descargarte gratis Gran Turismo HD Concept. Además, a través de PlayStation Network podrás acceder a juegos online, demos gratis de los últimos títulos y descargas desde PlayStation Store. Y con sus 60GB de capacidad de almacenamiento, podrás disfrutar de gran cantidad de contenidos exclusivos de PlayStation3, como Tekken 5: Dark Resurrection.
eu.playstation.com
PLAYSTATION Network
POLYPHONY DIGITAL
This is living
PLAYSTATION 3
©2007 Sony Computer Entertainment Inc. Published by Sony Computer Entertainment Europe. Developed by Polyphony Digital Inc. "PLAYSTATION", "Gran Turismo" and "GT" are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. All manufacturers, cars, names, brands and associated imagery featured in this game are trademarks and/or copyrighted materials of their respective owners. All rights reserved. Produced under license of Ferrari Spa. FERRARI, the PRANCING HORSE device, all associated logos and distinctive designs are trademarks of Ferrari Spa.

PRIMICIAS

Nuevos juegos y actualizaciones que sólo encontrarás aquí

The Crossing

PLATAFORMA: PC DISTRIBUCIÓN: VALVE



El nuevo FPS de Arkane es un tipo de juego llamado 'Crossplayer'. El jugador puede controlar los héroes o los villanos. Viktor Antonov, artista de *HL2*, pone el anárquico telón de fondo parisino.

Driver '76

PLATAFORMA: PSP DISTRIBUCIÓN: UBISOFT



La conversión de *Parallel Lines* de Sumo and Reflections choca con lo más estable de Ubisoft. No hay saltos temporales, sólo 27 nuevas misiones para mantener sucias las calles de los 70.

Hour Of Victory

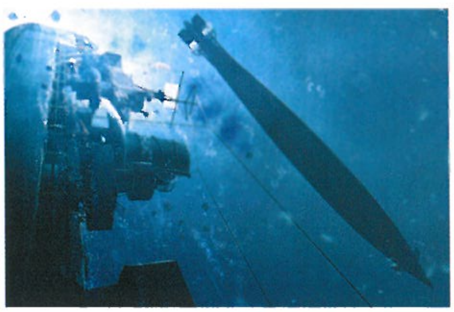
PLATAFORMA: 360 DISTRIBUCIÓN: MIDWAY



Descrito vagamente como una nueva experiencia en juegos de guerra para la 360, el motor UE3 de FPS de Midway promete algo más que los habituales asaltos de infantería. Nos lo creeremos.

Silent Hunter 4: Wolves Of The Pacific

PLATAFORMA: PC DISTRIBUCIÓN: UBISOFT



Lo hardcore se transforma en Hollywood en la continuación del meticuloso *SH3 de* Ubisoft Rumanía, con escenarios arcade opcionales y una aerodinámica tripulación con mares fluidos.

QuickSpot

PLATAFORMA: DS DISTRIBUCIÓN: BANDAI NAMCO



La incursión de Bandai Namco en la DS se aleja de los de bloques (El reciente *Trion Cube*). El sistema de puntuación de batallas con jefes y la actividad cerebral son sólo detalles obvios.

White Gold

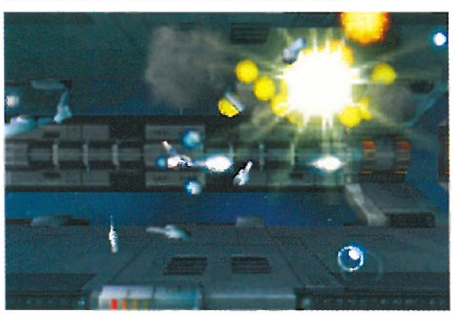
PLATAFORMA: PC DISTRIBUCIÓN: TBA



Las últimas postales de la continuación de *Boiling Point* valdrían para un concurso de "¿qué pasa a continuación?". ¿Puede un coche negociar con la hierba sin que un Jaguar lo mande al espacio?

Nanostray 2

PLATAFORMA: DS DISTRIBUCIÓN: SIN CONFIRMAR



Se quita el cambio de arma en la pantalla táctil, y se pone un sencillo visor de puntuación. Shin'en ha escuchado a sus fans y mantiene la acción sencilla y sin complicaciones.

Medal Of Honor Vanguard

PLATAFORMA: PS2, Wii DISTRIBUCIÓN: EA



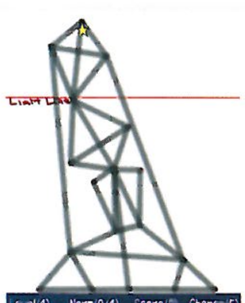
Mientras *Airborne* despega hacia la nueva generación, otros están al final de la cola. A diferencia de *Burnout Dominator, Vanguard* también está dirigido a Wii, un juego de apunta y dispara.

Crazy Taxi: Fare Wars

PLATAFORMA: PSP DISTRIBUCIÓN: SEGA



Todo menos el sol y el mar han mejorado su textura en este paseo en coche portátil. Están los mapas de los dos primeros juegos, ¿pero será el *framerate* lo siguiente?



EL JUEGO DEL MES EN INTERNET

Stick Remover

http://ishi.blog2.fc2.com/blog-entry-206.html

Cuando cada vez hay más diferencias entre dos ejemplos de un mismo género (en este caso un divertimento de físicas) quiere decir que ha madurado. Aunque el querido *Tower Of Goo* del año pasado (www.experimentalgameplay.com) fue un soplo de aire fresco, este refinamiento (en lugar de poner puntales, los quitas) se parece a una nueva forma de juego, aunque con los temblores, listas, arrugas y colapsos de la casa.

Del creador del cautivador *Sand Sand Sand*, y el inquietante *War Of The Hell*, *Stick Remover* fija el simple desafío de mantener la integridad estructural de una torre mientras se le van quitando palos uno a uno. La física es gratificante (impredecible y entretenida, a la vez que enteramente pausible), pero lo básico también está bien visto. El parar después de cada nivel, para pasar manualmente al siguiente cuando te parezca que ya has hecho lo suficiente depende de ti. Es una mecánica simple, que te da el control total del equilibrio entre riesgo y recompensa, y además te asegura que podrás repetir cuando quieras.



NINTENDO DS
3+
www.pegi.info
PES 6
PRO EVOLUTION SOCCER
© 2006 Konami Digital Entertainment Co., Ltd. All the copyrights or trademarks are the property of their respective owners and are used under license. © 2006 KONAMI
pesclub.es
JUEGA DONDE QUIERAS
EL ÚNICO JUEGO DE FÚTBOL PARA NDS CON MODO ONLINE
PRUEBA EL MODO Wi-Fi GRATUITO EN LAS ZONAS ADSL Wi-Fi DE TELEFÓNICA
nintendo Wi-Fi connection
Zona ADSL Wi-Fi Telefónica
CONSULTA LOS HOTSPOTS DISPONIBLES EN WWW.NINTENDOWIFI.COM
3D
TM, ® and the Nintendo DS Logo are Trademarks of Nintendo. © 2007 Nintendo.
KONAMI
¡A TOCAR!



COSAS SOBRE Japón

En busca del mercado perdido

Luis García Navarro, técnico en localización de videojuegos y corresponsal en Japón de Meristation.com

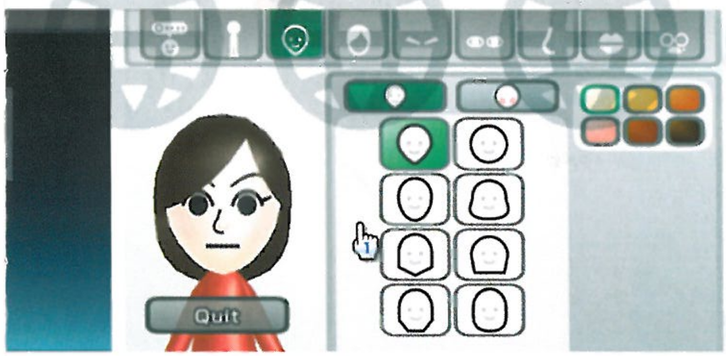
El final de las clases trae consigo una pequeña revolución en el país de los dioses. Miles de estudiantes que acaban la Universidad estos días empiezan a recibir llamadas y cartas de las empresas que les abrirán sus puertas cuando comience el nuevo año fiscal. El mundo de los videojuegos vive en consonancia su particular renovación. Miles de caras nuevas se unirán a los equipos de programadores, diseñadores, técnicos y demás que impulsarán la industria con su talento.

Es ésta también una temporada de balances, de cuentas, de echar la vista atrás y, con las cifras en mano, analizar los resultados a la vez que se perfilan los planes del ejercicio que arrancará en abril. Seguramente entonces Nintendo estará descorchando el champán que puso a enfriar hace un año. Sus inmejorables ventas en hardware –y software– no provocarán examen de conciencia alguno en la compañía de Kyoto. Sony tiene también mucho que celebrar, aunque no son pocas las críticas que ha encajado: que si escasa información y apoyo a desarrolladores, que si poca organización a nivel interno... los ataques han partido incluso desde la propia empresa, derivados en cambios jerárquicos sonados (¿volveremos a ver a Kutaragi en actos públicos?). En el terreno de las *third parties,* Sega ha visto cómo las pérdidas que arrastraba le pueden obligar a volcar más recursos en el segundo deporte nacional, el pachinko (invertir en máquinas tragaperras es siempre un seguro de vida dadas las cantidades de dinero que mueve ese negocio).

Hace años era impensable que un juego que pareciese que no pudiera vender el millón de copias en el extranjero saliera del archipiélago nipón. Ahora ni se espera a ver la reacción del público japonés

Pero tanto unos como otros, creadores y distribuidores, saben de la importancia que el terreno *online* adquiere en esta nueva generación. Por este motivo se están destinando más recursos a potenciar sus funciones y hacerlas tan atractivas como para dotar a los juegos de un apartado que en el futuro se antoja indispensable. En cuanto las comunidades de jugadores y las descargas de contenidos arraiguen a escala mundial, pocos títulos saldrán al mercado sin caer en la tentación de ofrecer futuras revisiones a través de todas las posibilidades que brinda el servicio en red.

Si en algo más puede beneficiar al consumidor este relevo generacional, es, sin duda, en la reducción del tiempo de espera para que las versiones internacionales puedan llegar a sus manos. Tradicionalmente, el proceso de localizar un juego en Japón ha sido largo y costoso, pero las exigencias actuales deberían urgir a las grandes del sector a tener preparados sus juegos antes de que la importación y la piratería hundan ciertos segmentos del mercado global. Afortunadamente, los nuevos formatos ayudan, y desde el lanzamiento de PS3 se ha comprobado que es posible poner a disposición del público un título multiidioma (se comprobó con *Resistance).* La posibilidad de crear una comunidad estable en torno a un juego pasa por ofrecerlo desde el principio en todos los mercados y no crear así desajustes entre los recién llegados y los que llevan más tiempo exprimiéndolo. Expansiones y demás localizadas simultáneamente son un alicien-



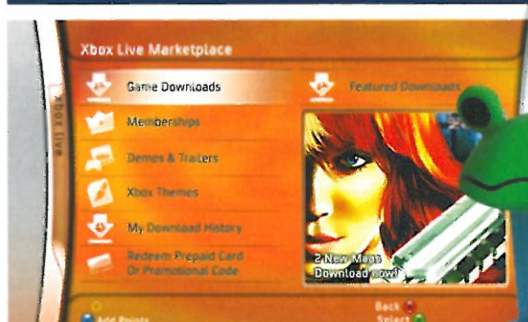
Toro (en la otra página), la mascota oficial de Sony en Japón, fue un ídolo ya con la PocketStation. La versión de uno de sus juegos, el *Dokodemo issho* (PSP) es su carta de presentación en la PlayStation Store. ¿Nueva invasión de monigotes japoneses a la vista?

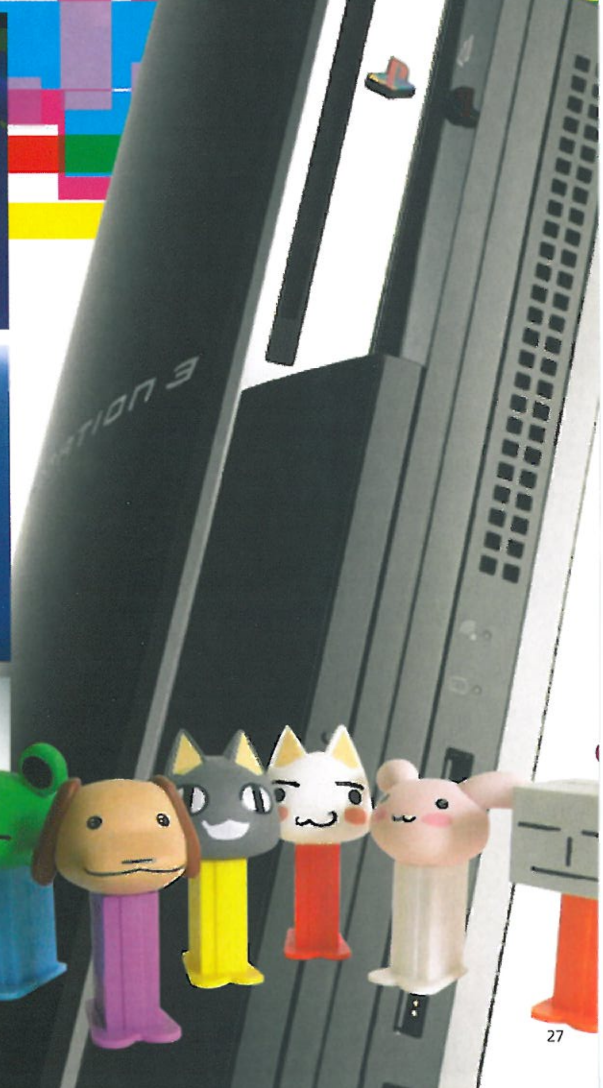












te para tantos usuarios que siempre se han quejado de la tardanza en recibir juegos que muchas veces incluso han pasado de moda en Japón.

Las empresas están haciendo esfuerzos por sacar cada vez más títulos fuera del país. Hace años era impensable que un juego que pareciese que no pudiera vender el millón de copias en el extranjero saliera del archipiélago nipón. Ahora ni tan siquiera se espera a ver la reacción del público japonés ante ciertos lanzamientos, y se aprueban los proyectos para hacer versiones europeas de títulos que antes se hubieran considerado demasiado japoneses como para salir de sus fronteras. Cierto es que la industria ha asentado grandes series que no necesitan sondeos de mercado para saber que van a vender bien en el extranjero, pero no todas las futuras novedades van a quedar reducidas a las mismas marcas de siempre. Al menos esa es la intención de Capcom, Bandai Namco, Square Enix... El *planning* de lanzamientos de las empresas clave se antoja muy jugoso. Ahora sólo falta que acabe la sequía previa al inicio del nuevo ejercicio, y que entremos en un nuevo ciclo que nos deparará gratas sorpresas.

Lo más

El futuro del entretenimiento electrónico

Los + buscados de **Edge**

White Knight Story



La llegada de un Rogue Galaxy traducido sólo sirve para volver a encender nuestro entusiasmo por este gran éxito de rol de la PS3.
PS3, SCEI

Shadowrun



Después de probar el modo multijugador de *Shadowrun* en el X06 se confirmó que tiene las suficientes ideas nuevas como para no hacer caso a su mal debut en el E3.
360/PC, MICROSOFT GAME STUDIOS

Spore



Es difícil creer que de verdad sea cierto (o, al menos, que pueda llegar a serlo), pero es demasiado tentadora una versión para la DS.
DS/PC, EA

Premios Coca-Cola

La insana dieta de los videojuegos del futuro



En los juegos MMORPG, como *World of WarCraft*, están mal vistos los que permiten que los personajes más débiles sean "premiados" con mejores objetos o más dinero por personajes más consolidados y fuertes.

Dave Perry, en la entrevista de la pág. 62, sugiere algo interesante: ¿Y si la publicidad en los juegos, más que basarse en vallas y pantallas de carga, dejase que los patrocinadores interviniesen en tu experiencia de juego? ¿Y si un buen día, mientras buscas en las casas de subastas de *World of WarCraft*, desmoralizado por no poder conseguir esa espada que tanto quieres, saliese un banner: "Hola. Sabemos que quieres esa espada, pero que no tienes el dinero para conseguirla. ¿Qué te parece si te la regala Coca-Cola?" Sabemos que ni los de Blizzard (o Coca-Cola) se van a plantear algo así, ni Perry consideraría a Azeroth el marco ideal para un negocio tal de patrocinio, pero la idea está ahí, así como la duda que provoca: ¿aceptarías?

La respuesta más común, recabada en una encuesta en la oficina, es una avalancha de preguntas del tipo si la espada llevaría la marca (la respuesta es que no) o si los demás jugadores se darían cuenta (que tampoco), seguidas de unos síes avergonzados. La complejidad de las respuestas (la preocupación por el qué dirán los compañeros de juego, el sentido de culpa, la preocupación por el uso de estos cosméticos), muestra la complejidad de la relación que la gente tiene con lo virtual, y lo rudimentario que todavía es el conocimiento sobre esa relación en sí.

Es el mismo problema que apuntala la hostil reacción a la nueva tendencia de compra del Bazar XBox Live de la 360 (nuevos contenidos, trucos, etc., vér pág. 8). Respondemos con una moralidad instintiva, pero ¿por qué tiene más importancia mejorar las estadísticas a base de matar a un montón de monstruos todos iguales, y luego cambiar sus restos por dinero virtual para comprar una imagen de una espada, que dejar que Coca-Cola lo haga por tí? ¿Es lo de la Coca-Cola mejor o peor que comprar el objeto por medio de un *gold farmer?* ¿Cómo debería ser la relación entre los jugadores que disponen de tiempo y los que disponen de dinero, o entre los puristas y los entusiastas?

Lo que está claro es que estamos aún al principio de un proceso que tiene esa especial susceptibilidad que sólo aparece cuando se cruzan el tiempo y dinero. Y, quizá antes de lo piensas, tendrás que tener una respuesta preparada para cuando Coca-cola intente "premiarte".

PLATAFORMA: **PC**
DISTRIBUCIÓN: **BANDAI NAMCO/ELECTRONIC ARTS/HANBITSOFT**
ESTUDIO: **FLAGSHIP STUDIOS**
ORIGEN: **EE.UU.**
LANZAMIENTO: **VERANO 2007**

Hellgate: London

Algunos creen que es un *shooter*, otros que es un *MMO*, no importa mientras Flagship sepa qué es este sucesor espiritual de *Diablo*



La interfaz del juego tiene la típica fealdad de un juego de rol con matices de ciencia-ficción. Durante la acción no le prestas mucha atención porque te centras en las diez teclas y los botones del ratón, pero al usar los menús ves sus tonos metálicos.











El juego te llevará de Bloomsbury y Covent Garden a Piccadilly, para después ir hacia el este hacia Monument, la catedral de Saint Paul y la Torre de Londres. Las futuras actualizaciones de contenidos seguirán explorando la capital y quizás vayan más allá, hacia la Inglaterra rural. Las nuevas ciudades quedarán para futuros capítulos del juego.

La percepción puede ser una trampa mortal. El gancho de Flagship para *Hellgate: London* parecía de lo más sencillo e irresistible sobre el papel: un action-RPG con acciones al azar mezclado con un *shooter* en primera persona, ambientado durante una invasión demoníaca de Londres y realizado por los creadores del exitoso *Diablo* (Flagship fue creado por los fundadores de Blizzard North). Al tocar casi todas las teclas posibles de los juegos de PC, enseguida apareció un acuerdo de edición con Bandai Namco; pronto le siguieron acuerdos de distribución y marketing con Electronic Arts y HanbitSoft para Occidente y Oriente, respectivamente; y comenzó el trabajo de búsqueda de oportunidades de licencia y franquicia. La conquista del mundo parecía segura.

Pero el jefe de recursos humanos, Ivan **Kresimir Sulic,** se queja: "es difícil porque al principio puede parecer un *shooter,* y tiene algunos detalles de *shooter,* pero cuando lo miras con detenimiento, piensas: 'la iluminación no es tan buena como en *FEAR,* los escenarios no están tan bien estructurados como en *Doom,* la acción no es tan atractiva como la de *Far Cry*'. Nunca oyes a la gente hablar de cómo la mecánica de las misiones está a la altura de *Neverwinter,* de cómo tiene mejores gráficos que otros action-RPG, o 'tío, está guay que puedas girar la cámara libremente, como en *Titan Quest* o *Diablo*'".







Y ahora Flagship se ve obligada a luchar contra percepciones confusas, que además son diametralmente opuestas. A medida que se fraguaban los planes para el modo multijugador *online* de *Hellgate,* comenzó a sonar una voz de alarma por toda la comunidad videojueguil, con rumores acerca de que el juego había saltado de un extremo (o percepción) del espectro a otro y se había convertido en un multijugador masivo *online* con todas las de la ley. En realidad, con tres años y medio de desarrollo y una fecha de lanzamiento a seis meses vista, la forma definitiva del juego sigue siendo un pelín vaga.

> *Hellgate* sólo ha dado unos pasos para apartarse del esquema de Diablo y acercarse al multijugador masivo. Sigue siendo un juego de mazmorras con monstruos aleatorios

Hellgate sólo ha dado unos pasos tímidos para apartarse del esquema de *Diablo* y acercarse al multijugador masivo. Sigue siendo un juego de mazmorras con monstruos, escenarios y botines generados aleatoriamente y predispuesto a la acción rápida. Toda su campaña de 40 horas será jugable en solitario o con multijugador, *online* y *offline*. Con su oferta de aventuras privadas y "ciudades" (estaciones de metro) pobladas por jugadores que actúan como punto de encuentro y de salida de las misiones, ha entrado en el mismo territorio que *Guild Wars.* Pero, lo que es más importante, todo el contenido se ajustará al nivel del jugador y al tamaño de su equipo, y como todas las clases de personaje son ofensivas, el enfoque basado en las



Las opciones de personalización para la armadura y los 100 tipos de arma son más que amplias. El aspecto de las armas y sus propiedades cambiarán cuando les añadas un extra. Con las armaduras no ocurre lo mismo, aunque podrás armonizar tu guardarropa mediante los 100 diferentes diseños de color.





Los monumentos históricos –como el mercado de Covent Garden– aparecen en los llamados entornos "semialeatorios", para asegurar que su contexto es el apropiado.

agrupaciones sociales y las dinámicas de grupo que ha destacado al juego de ArenaNet en los MMO brilla por su ausencia.

Pero lo que más ha confundido la percepción de la gente es el modelo financiero que Flagship y sus compañeros editores van a adoptar. Sulic dice: "En lo más importante que queremos superar a *Diablo* es creando continuamente contenido. Para ello tenemos que encontrar una manera de justificarlo [financieramente]. Tiene que haber intercambio de dinero, algo que ver con acciones, micropagos o miniexpansiones, o cuotas. No es que no lo hayamos anunciado, es que aún no lo hemos decidido". Lo único que está claro es que las estrategias serán diferentes en cada mercado, y que habrá alguna opción multijugador gratis. El plan general es convertir a *Hellgate* en un generador de dinero inagotable para Flagship y en un generador de contenidos inagotable para sus fans.

Estar encallado en un detalle estratégico tan importante tan cerca del lanzamiento es algo preocupante, y es una de tantas áreas cruciales donde la identidad del juego parece sumida en una crisis. Ahora, el control mezcla teclado y ratón, pero algunos en Flagship reivindican la opción de volver a la interfaz a base de clics de Diablo. El tan cacareado punto de vista en primera persona se queda en nada por los continuos saltos a la tercera persona de los combates cuerpo a cuerpo, porque las animaciones de peleas en primera persona son "una completa mierda" (ten en cuenta que una de las tres facciones, los Templarios, está especializada en el cuerpo a cuerpo). De todas maneras, muchos escogerán jugar en tercera persona para admirar los extraordinarios diseños steampunk de las armaduras, y las grandes opciones para personalizar el aspecto de los personajes; no es algo malo, pero se pierde diferenciación.



Flagship afirma que el motor puede ajustarse tanto a un ordenador de gama bajísima como para un superdotado con DirectX 10 e iluminación dinámica, sombras dinámicas, motion blur, profundidad de campo y mapeado parallax.

Sulic confiesa: "Aún no hemos decidido exactamente qué vamos a hacer con nuestras clases". Lo único que se sabe es que habrá subdivisiones en forma de tres facciones de personajes: guerreros cuerpo a cuerpo, a distancia y magos, y casi todos ellos podrán controlar mascotas o invocaciones. No obstante, en la oferta para los fans del rol que supone *Hellgate*, es un hueco importante la sensación de falta de opciones de especialización de habilidades.

Al probarlo, *Hellgate* es frenético y adictivo: Sulic dice: "Queríamos una jugabilidad tipo *Serious Sam*". Y es fácil adivinar que un RPG tan violento y tan rápido, con un entorno tan inusual y tan alta personalización llamará la atención en el mundillo *online*. Otra cosa es que funcione tan bien como Flagship espera en los ordenadores de gama baja y en el mercado masivo: los oscuros gráficos góticos se convertirán en un deprimente y posapocalíptico color marrón en los PC menos potentes, y eso puede suponer un problema clave en el mercado de los juegos de rol *online*. También es cuestionable que un juego tan aleatorio, con tan poco margen para el guión y las escenas de acción, apague la sed de epopeyas y espectáculo.

Ahora que Blizzard habla más de *StarCraft* que de *Diablo*, parece que *Hellgate: London* tiene el campo despejado dentro de un subgénero algo descuidado. Pero Flagship tiene todavía mucho por hacer, y aún más por decidir.



Listado de clases

Sulic define las tres facciones de personajes de *Hellgate* de forma brillante: "El Guerrero Templario, justiciero fanático religioso, es tu clásico personaje guerrero bárbaro, tanque para el cuerpo a cuerpo. Después tienes al Cazador, unidad escuadrón de depredadores marines coloniales alienígenas militares, o personaje a lo Sam Fisher, todo armas enormes y montones de tacos. Y luego tienes al Cabalista, el personaje friqui mutante transformista mago demonólogo; básicamente, uno que lanza hechizos". La mayoría de las clases podrán controlar unidades subordinadas de IA: los Guerreros Templarios tendrán las más poderosas, los escuderos; las invocaciones de los Cabalistas tendrán el mayor margen para mejorar sus habilidades, mientras los drones robóticos de los Cazadores pueden equiparse con tu propio inventario. Con las mascotas, cada grupo tendrá entre cinco y diez personajes.

PLATAFORMA: **360, PC, PS3**
DISTRIBUIDOR: **MIDWAY/VIRGIN PLAY**
ESTUDIO: **MIDWAY STUDIOS AUSTIN**
ORIGEN: **EE.UU.**
LANZAMIENTO: **1 DE SEPTIEMBRE**

BlackSite: Area 51

El candidato de Midway para este verano es una secuela de película de serie B con ideas de serie A



Lleno de secretos, pero no tanto de sorpresas, *Area 51* de Midway tenía un as en la manga: no era ni mucho menos tan malo como podría haber sido. Etiquetado como "el único *shooter* en primera persona ambientado en las instalaciones militares más secretas y seguras del gobierno de los EE.UU.", era difícil apreciar sus pocos detalles positivos: ideas de superproducción, sensaciones de camaradería y de amenaza, y fe en el eterno atractivo de la potencia de fuego sobre la sustancia. *BlackSite es,* aparte de una secuela de lujo con una ambientación no menos obvia, igual de decepcionante en cuanto a perspectivas y a ambición técnica.



El director creativo Harvey Smith admite: "He intentado encontrar algunos enfoques interesantes. Sigo pensando en las viejas ideas de ciencia-ficción, y en que ninguna de ella resulta aplicable hoy día. Los extraterrestres escondidos entre nosotros surgieron del miedo a los comunistas ocultos en la sociedad americana durante los años 50. Puede parecer un tema relevante ahora, debido a nuestro miedo al terrorismo, pero no es así: el concepto moderno de terrorista se basa en un tipo de persona específico, o en una cultura especial. Así que hemos tenido que recuperar algunos de los elementos básicos a los que ya fuimos fieles en *Area 51*".

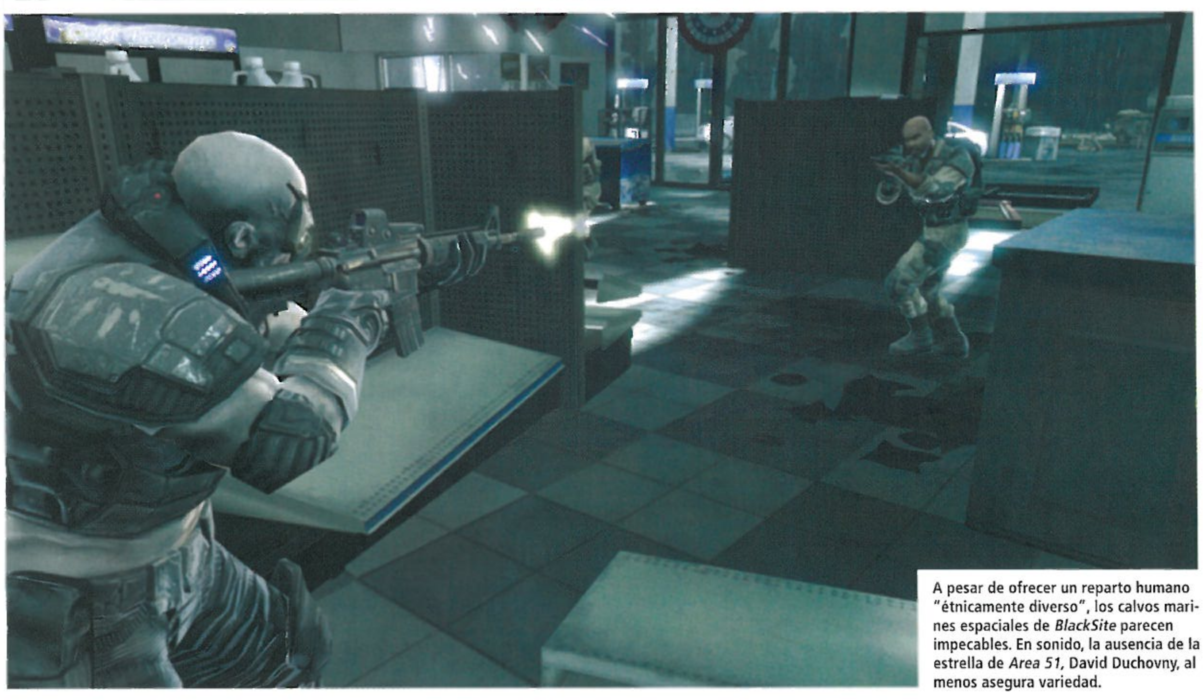
De nuevo, el velo del secretismo cubre con eficacia la historia de *BlackSite,* aunque parece basarse en que, si el primer juego destrozó a sus experimentos de híbridos alienígena/humanos arrasando el lugar, esta secuela intenta poner orden. Primera parada: la cercana provincia de Rachel, Nevada, una zona semidesértica donde se ha desatado un infierno creado por humanos. Los Reborn parecen cualquier cosa menos una plaga alienígena, con un ADN entre los bichejos de *Aliens* y *Starship Troopers.* Pero mientras Smith no duda en admitir que habrá grandes mejoras en *BlackSite* –habló del audio, la frecuencia de refresco, la interfaz y la dirección artística–, su estudio de Austin, donde recayeron algunos veteranos de Looking Glass, se encargará de hacerlo progresar en las áreas que los pantallazos no muestran.



Smith indica: "Tienes que escoger unos cuantos temas para ahondar en ellos" y tienes que crear una historia que te apasione como diseñador de videojuegos. Quiero que *BlackSite* sea un *shooter* sólido, pero también estamos probando nuevos enfoques de jugabilidad: comportamientos para los enemigos y otras mecánicas que hagan los entornos más dinámicos y tácticamente interesantes".

Asumiendo que tanto la pantalla grande como *shooters* anteriores han inspirado la trama y el aspecto visual de *BlackSite*, sus innovaciones podrán apoyarse en muchos detalles familiares. Te encontrarás con unas cuantas batallas urbanas tan libres como confusas, con una física para los objetos y una creación de escombros cortesía de la tecnología Massive D de *Stranglehold,* para descender al nido de los Reborn y, seguramente, a las ruinas del Area 51 en sí. Smith insiste en que es una cacería de gente reflexiva. Pero hay que ser escéptico: después de todo, ¿en qué lugar de un *shooter* por escuadrones con juego cooperativo va a haber tiempo para debatir dichos temas?

"Claro, el diálogo menciona esas cuestiones y temas. Pero el entorno fundamental también está relacionado, en cuanto a de dónde vienen los enemigos y en qué se centra el conflicto. Llevo años trabajando con el diseñador Ricardo Bare, desde *Deus ex.* Ambos colaboramos con Susan O'Connor



A pesar de ofrecer un reparto humano "étnicamente diverso", los calvos marines espaciales de *BlackSite* parecen impecables. En sonido, la ausencia de la estrella de *Area 51,* David Duchovny, al menos asegura variedad.



Es impredecible el comportamiento de los enemigos que *BlackSite* busca. Si se colocan bien los puntos de avance, los puntos de regeneración y el mobiliario con física, se crearán competiciones explosivas contra su IA.



Segunda parte

"¡Oh, Dios mío! Hemos hablado de ello durante años y años", declara Smith del modo cooperativo de *BlackSite*, que divide las responsabilidades entre el capitán del escuadrón y una habilidad no revelada. "La idea de 'grupo cooperativo para mazmorras' estuvo dando vueltas hasta concretarse. En Origin, antes de que mi amigo Starr Long empezara lo que se convirtió en *Ultima Online*, solíamos bromear sobre dos derivados: *Multima* y *Adultima*. Puedes imaginarte de qué iba cada uno. En casi cada proyecto en el que he trabajado hemos hablado de modos cooperativos; pueden hacer un juego mucho más divertido, pero la atención que reciben últimamente es exagerada. Sin duda incluiremos modos cooperativos para dos jugadores en *BlackSite*, pero no porque estén de moda".

[que ha participado en *Gears of War* y *Bioshock*] en la historia de *BlackSite*".

Otro de los descubrimientos negativos de *Area 51* fue que el miedo –como algo más allá que los golpes de sonido y el *gore*– no encaja bien en los *FPS*. Al mostrar las ansiedades de unos personajes que, no obstante, funcionan, da la sensación de que, a pesar de que es familiar, hay algo que va mal en la situación, en el escenario y en el héroe. *BlackSite* pretende llevar la idea más allá de unos diálogos subtitulados y unas escenas de vídeo de transición, ya que quiere que juegue un papel crucial tanto en la historia como en la acción. Por lo que han dicho, el estado de ánimo afectará a tu efectividad como capitán de escuadrón: la puntería o el tiempo de reacción, o complicando de forma potencial el sistema de comandos de una sola pulsación. Con variables tan fluctuantes, ¿dónde marcará Austin la línea entre la autonomía de la IA y el camino guiado para el jugador?

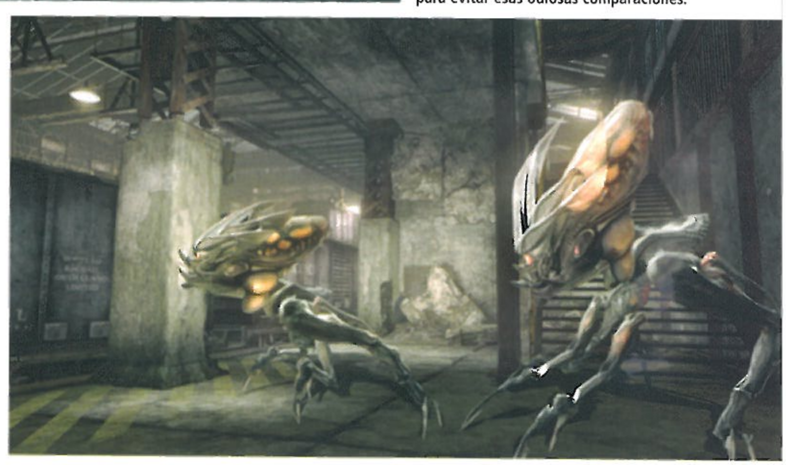


El amontonamiento de escombros e indicadores caídos recuerda a *Half-Life 2*, y las secciones de combate en vehículos, a *Gears of War*. *BlackSite* guarda varios ases, y los necesitará para evitar esas odiosas comparaciones.

> "Hemos creado un sistema en el que el jugador pueda ignorar al escuadrón. Queremos que sea tan fácil de usar como una pistola. Es divertido y rápido para jugar"

"Si me hubieran dado un dólar cada vez que hemos tenido que pelearnos con eso, podría financiar mis propios juegos –dice Smith–. Hemos creado un sistema en el que el jugador pueda ignorar al escuadrón. Queremos que el escuadrón sea tan fácil de usar como una pistola, y para ello hemos creado una serie de reglas que funcionan hasta que el jugador pierde el control. Es divertido jugar con él, y rápido de utilizar".

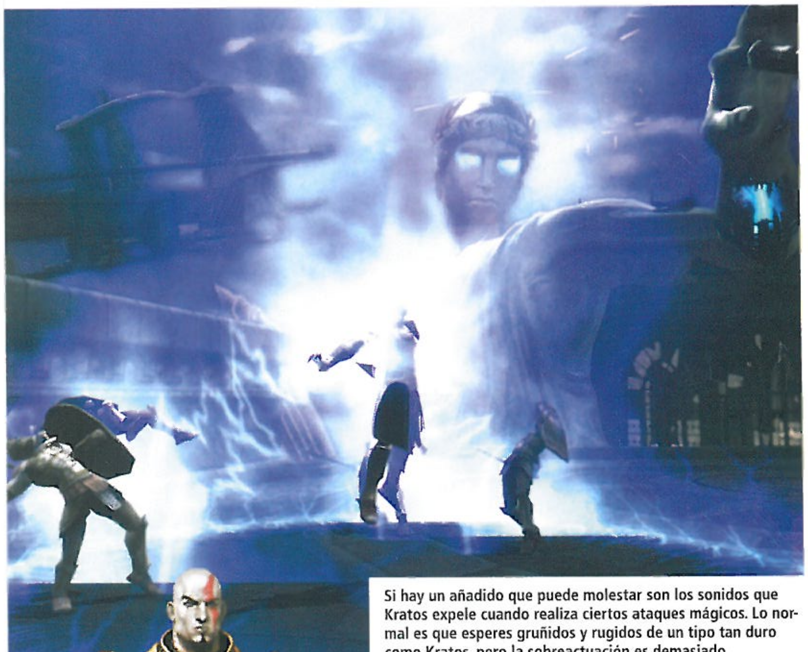
De lo que permanece oculto en las entrañas de *BlackSite*, sus ambiciones están más que claras. Como *Stranglehold*, quiere sostener las mayores virtudes de los juegos de disparos pese a sus ideales de modernidad. No tiene conceptos secretos, sino ideas difíciles de llevar a cabo.



PLATAFORMA: **PS2**
DISTRIBUCIÓN: **SCEA**
ESTUDIO: **SCEA (SANTA MÓNICA)**
ORIGEN: **EE.UU.**
LANZAMIENTO: **MARZO (EE.UU.), SIN CONFRMAR (EUROPA)**

God of War 2

Un empate prometedor para el *enfant terrible* de Zeus, que constata que es inteligente llevar las Gaias de la guerra de Sony a la PS2

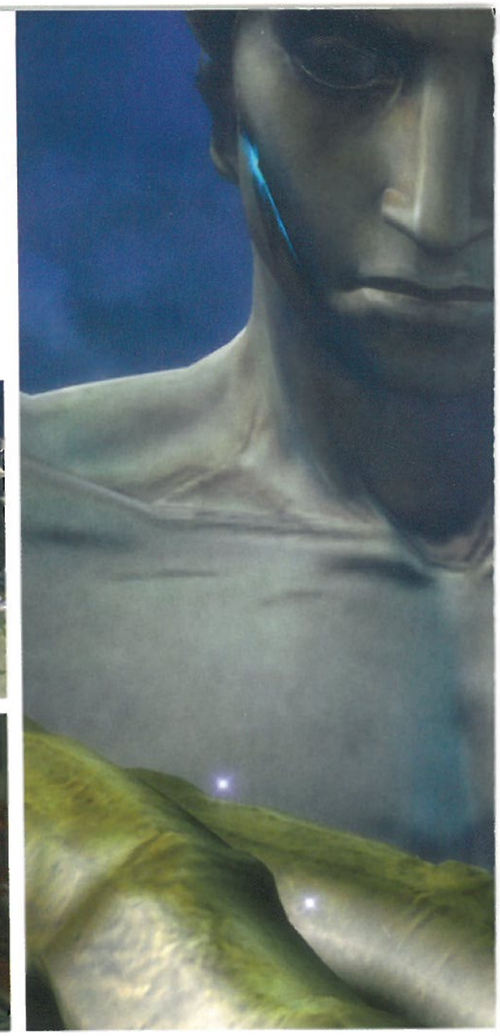


Si hay un añadido que puede molestar son los sonidos que Kratos expele cuando realiza ciertos ataques mágicos. Lo normal es que esperes gruñidos y rugidos de un tipo tan duro como Kratos, pero la sobreactuación es demasiado.









Que nadie se confunda: *God of War* no triunfó por reinventar los juegos de acción, sino por rejuvenecerlos a fondo. Una pequeña absurdidad, luchas en formato panorámico y toda una destilería de testosterona que se clavaron justo en el corazón de un género que, a menudo, oscila demasiado entre la obsesión por los combos y el ritmo de los espadazos, y un militarismo de ciencia-ficción tan ingenioso como tópico. Al ser una especie de cruce entre la mitología griega y *Jurassic Park,* permitía a los jugadores acercarse más que nunca a algunos monstruos clásicos –y además tocarlos, aunque sea con la espada con cadenas–, con pausas a base de puzzles relacionados con el entorno. Un ejemplar tan feroz no necesita evolucionar, sólo un poco más de impulso, y *God of War 2* parece tenerlo, hasta el punto de empezar donde vimos por última vez a Kratos, el más hormonal y rechazado de los inquilinos del Monte Olimpo.

Una vez más, los dioses lo han abandonado, enfadados por la destrucción que ha creado. Kratos se une a sus tropas en las últimas fases de la caída de Rodas. La diosa (y antigua aliada) Atenea le ha devuelto al tamaño de un mortal y le ha quitado gran parte de su poder. La batalla de Rodas es el telón de fondo para un (típico) espectacular enfrentamiento entre Kratos y el Coloso, al que Atenea ha dado vida. Así empieza el viaje de Kratos para cambiar su destino, con un nivel inicial que contiene todos los distintivos que era de esperar en este capítulo.

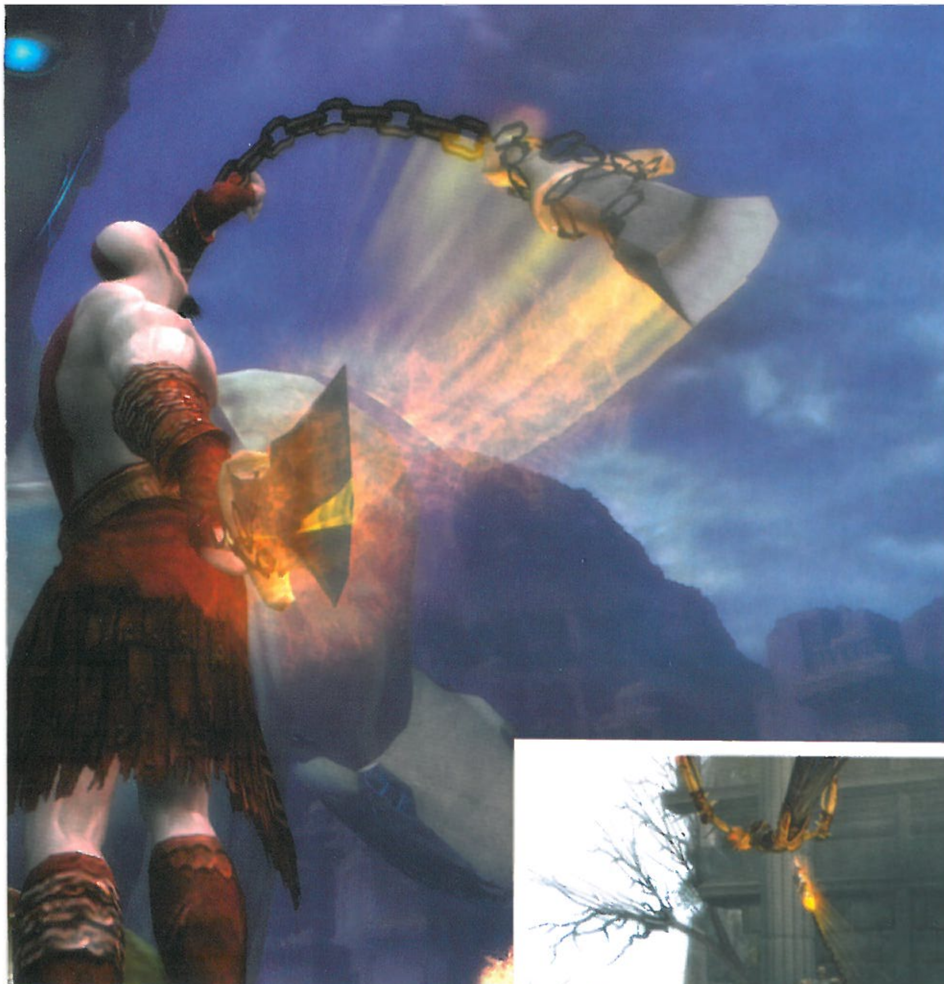
Pero, incluso aunque no esté en plenas facultades, y al estilo de Jack Carver al principio de *Far Cry Insticts: Predator,* las habilidades de Kratos siguen siendo más que sobradas. Las más notables son sus ataques especiales, furiosas combinaciones de su espada con cadenas que se realizan presionando L1 junto a cualquier botón de ataque, y que siguen sin dejar duda de cuáles son las intenciones del juego: ofrecer ser más espectacular que sutil, con el contador de combos subiendo por docenas con cada pulsación de botón. Pero incluso en este primer nivel el cansancio de manipular los escenarios (indicadores de contexto, machacar botones y mover de bloques) puede llegar a ser un problema al mostrar hasta qué punto el estudio tiene fe en la estructura de minijuegos, pero también teniendo en cuenta que *GoW 2* debe trabajar duro para que el jugador sienta lo mismo. La verdad es que esos momentos de calma no han perdido fuerza: muestran unas vistas memorables y panorámicas durante los momentos de relativa calma, mientras Kratos viaja por unos paisajes que muchos juegos no se atreven a enseñar más allá de las escenas de vídeo.

Pase lo que pase en pantalla, está pensado para repetir la fuerza visual y la potencia de un *firstparty* mediante un mundo que tiene algunos de los escenarios más sólidos y

El pasado año se grabaron en la lápida de la PS2 nuevas glorias antes de que llegara una serie de basuras a base de licencias dirigidas a los jugones más jóvenes



Partiendo de la mitología y de la proximidad de los dos juegos, no sería una sorpresa ver a enemigos conocidos que vuelven con una inyección de esteroides: por ejemplo, el Minotauro y Cancerbero, junto a la robusta hermana de Medusa y Cíclope, que pueden ser montados por adversarios más pequeños.







El Reto de los Dioses –una serie de batallas por niveles con exigentes requisitos– también vuelve, ofreciendo de nuevo contenidos desbloqueables, aunque afortunadamente incluyendo puntos de salvado entre asaltos, además de una progresión más permisiva.



menos fríos prerrenderizados y con cámara automática. Ahí están las batallas aéreas con grifos, que causan baja al amputárseles las alas; la aparición del Vellocino de Oro y otras reliquias clásicas; la lucha contra el rey bárbaro que le asesinó cuando era un belicoso humano; un atrevimiento y un motor lo bastante potente como para transformar a los dioses en objetos de un juego; quizá nunca pretendió hacer que el usuario dijera: "¡al diablo la versión de PS3!", pero *GoW 2* –incluso pese a sus molestos puzzles– parece más que capaz de arrancarle un galope más brioso a su viejo caballo de guerra. El pasado año se grabaron en la lápida de la PS2 nuevas glorias; después de haberle administrado la Extremaunción con títulos como *Okami* o *FFXII*, antes de que llegara una serie de basuras a base de licencias dirigidas a los jugones más jóvenes, pero *GoW 2* representa, o tiene el potencial para hacerlo, una nueva oportunidad de dejar el listón un poquitín más alto.

Aun así, no da la sensación de ser una evolución. A pesar del modo *battle arena* (en el que puedes luchar contra hordas de los enemigos habituales), y de la oportunidad de Kratos de volar, parece haberse ajustado sobre la marcha para reavivar el encanto mezclado con *gore* que hizo que el original destacara a pesar de falta de originalidad. Es lo que se espera de una segunda parte y, visto su sorprendente tamaño testicular, es lo que se pretendía.



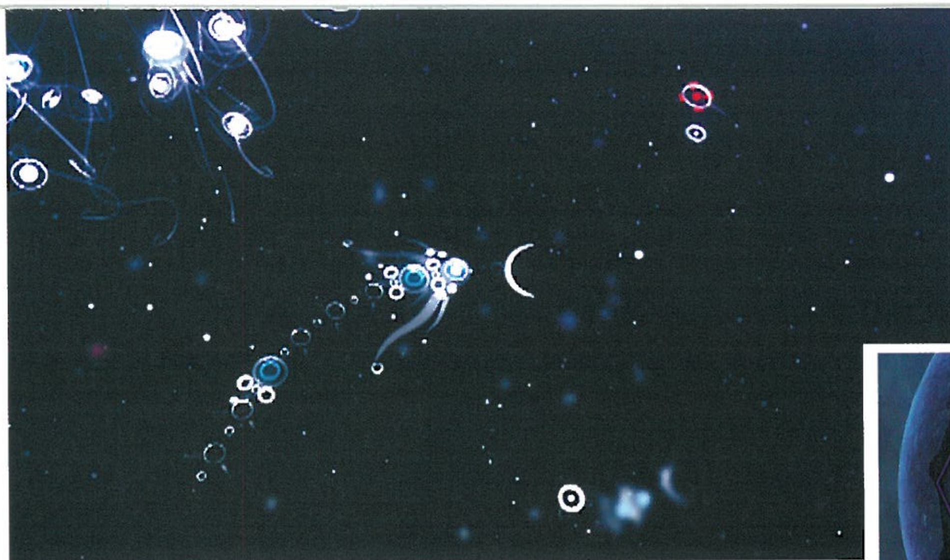
El Coloso en pedacitos

God of War dejó claro desde el principio que lo suyo no es el sigilo, con un nivel inicial sin respiro ante las instrucciones del tutorial mientras Kratos luchaba contra una hidra sobre la cubierta de un barco. *GoW 2* recupera ese modelo de hacer coincidir el entrenamiento con una ostentosa y segmentada lucha contra un jefe, el Coloso de Rodas, con sus brazos y sus brillantes ojos persiguiéndole por toda la ciudad. La primera lucha finaliza con Kratos disparando una catapulta a la gran estatua antes de, claro está, subirse a ella y dispararse hacia un íntimo QTE con consecuencias físicas graves. Más tarde, introduce sus brazos en ruedas mecánicas gigantes, aprovechando la oportunidad para llenar la cara del Coloso de cicatrices, y dejando claro a los jugadores adónde les lleva el juego.

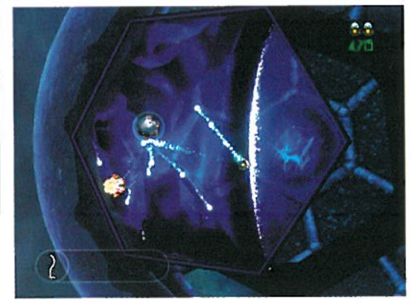




Junto al arma habitual de Kratos, también estará disponible una maza bárbara, tomada del rey resucitado que le asesinó como mortal. La Espada del Olimpo puede repetir las carnicerías del arma de Artemisa, y se comenta que también aparecerá un tridente.



Debajo: La mecánica básica de Blast Factor puede resultar un tanto prosaica, ni las batallas contra jefes ni el uso de un golpe de mando para provocar un maremoto parecen suficiente para expander los horizontes del juego.



PLATAFORMA: **PS3**
DISTRIBUCIÓN: **VARIOS**
ESTUDIO: **VARIOS**
ORIGEN: **VARIOS**
LANZAMIENTO: **DESDE EL 23 DE MARZO**

Juegos PlayStation Network

Llega la primera generación de juegos para el servicio de descargas de PS3. ¿Es, pues, una consola virtual, una *coin-op* virtual o algo diferente?

Los juegos para descarga de PS3 parecen pensados para probar que la consola puede ser retro, populista, de arte y ensayo e incluso superar a Live Arcade. Sony afirma que se venderán a un precio de entre 2,99 y 9,99 euros.

Para muchos, su primera compra quizá sea *flOw*, de Jenova Chen. Sin duda, el juego mejor acabado y más sólido de los disponibles ahora. Hay guiños a *Super Monkey Ball* en los vistazos que obtienes del siguiente nivel; a *Katamari* al asimilar a los habitantes del caudal al rozarlos; y al cubista *Animal Leader* al arrancar los orbes de vida de tus oponentes. Nadie puede discutir la belleza del juego desde su debut como freeware para PC, o la eficacia del *tilt control* del Sixaxis, pero queda en el aire la cuestión de cuántas veces los usuarios volverán a sus aguas una vez satisfecha su curiosidad.

Pero la PS3 también puede ser popular. *Go! Sudoku,* creado por Kuju, es un acercamiento marcado en neón al ubicuo pasatiempo. Sus gráficos no le gustarán a todo el mundo, y su enervante marcador de tiempo tampoco, pero no hay nada que objetar a la mecánica.

El siguiente candidato para entretener a la familiar es *Super Rub-A-Dub,* la evolución jugable para la famosa demostración del pato. Ahora es un reto a base de inclinaciones al estilo de *Super Monkey Ball,* que te obliga a hacer navegar a tu pato a lo largo del nivel, liberando a los patitos de sus burbujas y llevándolos hacia la salida. Se controla por completo con el sensor de inclinación del Sixaxis. Pero no parece capaz de ofrecer el atractivo de juegos similares como *Mercury Meltdown* o *Kororinpa.* No hay sensación de que el agua fluya de forma dinámica, y el control resulta precario.

Para jugones de mayor pedigrí está *Lemmings,* un hermano mayor de la actualización para PSP del clásico de Team 17. Es difícil competir con el ratón como control, pero el simplificado esquema de control es bastante sencillo, y los entornos de los niveles están llenos de carisma. Aún no está clara cuál será la calidad general del diseño de niveles: algunos ejemplos son monótonos, y otros son arrebatadores.

Lo que deja como título perfecto para aficionados a *Blast Factor,* de Sony Santa Monica. El concepto –tienes que limpiar células de gérmenes y virus– es atractivo, pero el diseño de enemigos y niveles no tiene el virtuoso ingenio de *Mutant Storm,* y sus gráficos no llegan al nivel del fogoso estilo de *Geometry Wars.* Si le añades que muestra las deficiencias de los sticks del Sixaxis, la impresión general es de mediocridad.

Sin la etiqueta "Arcade" que la 360 lleva con tanto orgullo, Sony puede ofrecer un catálogo mucho más completo. Y hay margen para proyectos elaborados junto a los más populares. El potencial de PS3 está tardando en salir a la superficie, pero con la llegada de su catálogo de PSN, está un poco más cerca de probar su valía.



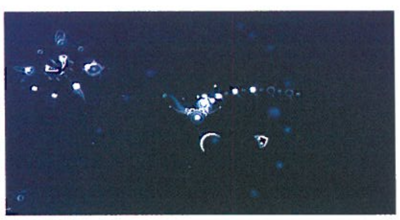


Go! Sudoku quizá no sea lo más seductor de PSN, pero su sólida ejecución puede atraer hasta a los más escépticos al sedante proceso de rellenar las cuadrículas.



Menudas estrellas

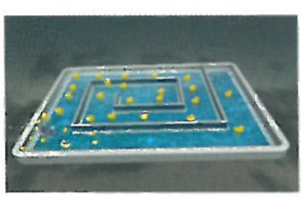
Junto a pesos pesados como *Tekken 5: Dark Resurrection* o *GT HD*, hay propuestas más refrescantes en la PSN. Una perspectiva atractiva es la conversión de *Gripshift*, el infravalorado juego de *karts* para PSP de Sidhe. Al probar tanto el estilo y el arrojo como la habilidad al volante, supone una buena oportunidad de ser un éxito inesperado en PSN como *Marble Blast Ultra* lo fue en XBLA. También destaca *Calling All Cars*, de David Jaffe, que promete un acercamiento multijugador tipo policías y ladrones a los derbis de demolición.

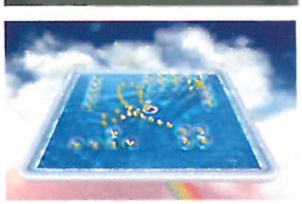




A la izquierda, arriba, la belleza arácnida de las criaturas de *flOw* es impresionante. Abajo, la estética de cómic de PSP de *Lemmings* encaja muy bien en la versión Full HD.







Super Rub-A-Dub hace que te preguntes cómo habría sido un juego para descargarse de un dinosaurio como la PS1.



Por defecto, *Icon* no muestra interfaz alguna, al estilo de *Fight Night: Round 3*, pero tienes la opción de conectarla, mostrando una simple barra de energía que dice mucho de la jugabilidad.



PLATAFORMA: **360, PS3**
DISTRIBUCIÓN: **EA**
ESTUDIO: **EA CHICAGO**
ORIGEN: **EE.UU.**
LANZAMIENTO: **SIN CONFIRMAR**

Def Jam: Icon

Los cambios en el juego de lucha más estrafalario de EA hacen que pase de batalla territorial a lucha de identidad

Si hay alguna batalla dentro de *Def Jam: Icon,* se debe más a sus ideas que a sus egos. Este título, desarrollado por un estudio de Chicago famoso por modelar carne en alta resolución en los huesos torpemente animados de *Fight Night,* es cualquier cosa menos los que los fans de la serie esperan. Actualmente, se supone que a un 60 por ciento del desarrollo, hay muy poco que sugiera que esos espléndidos predecesores que eran Aki Corp hayan dejado algún tipo de legado. No hay pantomimas teatrales durante la (absurda) acción del juego, ni soltura a la hora de apostar por el potencial cómico del rap, ni una personalidad genuina, personal. Han hecho este juego tan inaccesible a los ajenos al R&B como siempre habíamos temido que la serie llegara a ser.

Aun así, en teoría, *Icon* sigue siendo lo bastante vibrante como para albergar ciertas esperanzas. La perspicacia de Chicago, que en el caso de *Fight Night* fue tanta como para casi monopolizar el concepto del videojuego de boxeo, ha luchado para construir este campo de batalla hip-hop en torno al ritmo; Lo importante es cómo haces los movimientos y no qué movimientos son, con lo que las peleas se convierten más en un concurso de devolver melodías que en técnicas mixtas de artes marciales. Cada luchador tiene su propio himno para las batallas, cuyo tempo puede dar potencia a un golpe con el ritmo adecuado. El *scratching* (un gesto a media altura que cambia la canción de tu oponente por la tuya) activa ciertas trampas de los escenarios que pueden golpear o, al menos, molestar a quien esté cerca.

Es un cambio de rumbo difícil de aceptar en un género demasiado reacio de los cambios. Pese a lo interesante de la nueva dirección del juego, no es descabellado que todo acabe echándose atrás. Un *beat'em-up* en el que la música adopta el ritmo de los enfrentamientos (en lugar de lo contrario, como aquí ocurre) es una gran idea, pero por desgracia es difícil imaginar que un monstruo de las licencias como *Icon* pueda permitirse ese lujo. En realidad, se acerca cada vez más a una especie de *EA Trax: El Videojuego,* y sería interesante saber que agencias de representación están tirando de qué cuerdas.

Es más, ni siquiera resulta tan enérgico como su violento concepto sugiere. A pesar de que los ambientes –un garaje, un tejado, un estudio de televisión, un club nocturno– se muevan, literalmente, al ritmo de todas las formas posibles, ahora mismo Icon es una estéril apuesta por unos combates soporíferos. Desabrido, banal y con mucho por mejorar, es difícil conectar con este juego, incluso si te tragas su historia de matones de gueto con vaporosas virtudes, tanteando en busca de las cargadas ubres de la industria discográfica americana.



Acción-reacción

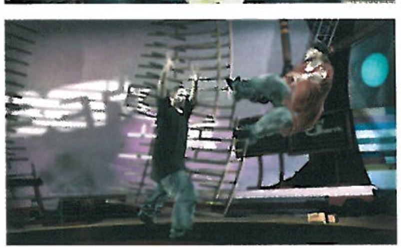
Es raro que una versión previa tan esperada llegue tan verde, y aún es más extraño que EA permita a las revistas sacar pantallazos. La redacción se moría de ganas de mostrar el *bug* en el que a todos los personajes les crece pelo gris. Pero, según el entusiasta director de EA Chicago, Kudo Tsunoda: "Se han mejorado muchas cosas desde la versión previa. Primero, el modo Build A Label no está entero, con todas sus mecánicas de sello discográfico y sus desbloqueables. También hemos añadido estilos de lucha y categorías individuales para cada luchador: ahora cada uno tiene un estilo único que está unido al tempo de su música. Si alguien te tira a una trampa e intenta usar los DJ Controls para añadir una pulsación, tienes la posibilidad de hacer *stratching* antes que tu contrincante para recuperarte rápido".





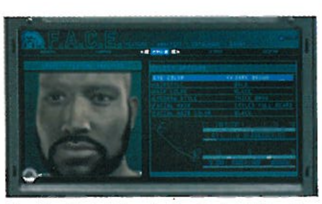
El modo historia Build A Label no tiene sentido del humor, desde un tiroteo desde un coche retrocede en el tiempo para explicar cómo se llegó a este acontecimiento.





Todos los niveles esconden bastantes trampas, como el helicóptero con un piloto aparentemente ciego o la piscina con agua periódicamente electrificada que alberga el tejado.





El estilo cómic del modo Create de Aki ha sido reemplazado por los modelos de la casa EA, con controles deslizantes y texturas nítidas.



18+
www.pegi.info
GOD OF WAR II
EL COMIENZO DEL FIN
LANZAMIENTO 18 DE ABRIL DE 2007
PlayStation 2
RESÉRVALO YA EN CUALQUIER TIENDA GAME
Y CONSIGUE EN EXCLUSIVA LA EDICIÓN ESPECIAL
DE COLECCIONISTA CON MATERIAL EXTRA, SECUENCIAS
INÉDITAS, ENTREVISTAS CON EL EQUIPO DE DESARROLLO...
GAME by CENTRO MAIL
CONSULTA CUÁL ES TU TIENDA MÁS CERCANA
EN EL TELÉFONO 902 17 18 19 O EN WWW.GAME.ES
PROMOCIÓN LIMITADA HASTA FIN DE EXISTENCIAS.
10.000 UNIDADES.
PlayStation 2
WWW.GODOFWARGAME.COM





Aunque las animaciones más cercanas aún resultan algo toscas, el repertorio de saltos, giros y arremetidas es dinámico y encarnizado.

PLATAFORMA: **360 (PC Y PS3 SIN CONFIRMAR)**
DISTRIBUCIÓN: **UBISOFT**
ESTUDIO: **UBISOFT (PARIS/RED STORM)**
ORIGEN: **FRANCIA/EE.UU.**
LANZAMIENTO: **YA DISPONIBLE**

Ghost Recon Advanced Warfighter 2

El futuro nunca había llegado tan rápido como cuando Ubisoft ha acelerado su máquina de hacer capítulos

Sí, ha pasado menos de un año desde la aparición de los guerreros avanzados de Tom Clancy, premiados, no lo olvidemos, con un par de inesperados premios BAFTA. Con una voracidad sólo vista en los fans de *Prince of Persia,* parece que Ubisoft ha centrado su atención en aquellos que simpatizaron con el atractivo, lleno de calima mejicana y visores termales, primer *GRAW.* El juego está totalmente en castellano, con voces y textos incluidos.

A primera vista, no han cambiado demasiadas cosas. Este juego no traiciona a sus antecesores, más bien es un caso de identidad confundida. Lo mejor de las vertiginosas dinámicas en equipo de la saga, refinadas durante tres juegos (y sus expansiones), están donde deben, así como el opulento estilo visual del primer *Advanced Warfighter.* Al no tener que preocuparse por un nuevo motor o una revisión de la mecánica del juego, el equipo ha podido centrarse en las mejoras.

Algunas de las reformas son las que esperas de cualquier secuela: cuando te matan no reapareces muy lejos, y la IA ha evolucionado tanto para tus compañeros de escuadrón como para tus oponentes, lo que significa que la nueva capacidad de pensar por sí mismos y ponerse a cubierto con eficacia de unos y otros se anula mutuamente. Luego están las nuevas características, pensadas para figurar en el reverso de la caja, como la capacidad de conseguir vistas cenitales del campo de batalla a través de drones controlables, o la introducción de la clase médica.

Pero quizá los cambios más importantes sean los menos tangibles. Tanto la música como los sonidos ambientales están tremendamente bien producidos: la primera subraya los fragores de las batallas, mientras los segundos crean su propia banda sonora mediante el crujido de tu blindaje y el sofocado eco de los pájaros. También se ha mejorado mucho el ritmo, ya que la predilección de *GRAW* por las escenas de acción explosivas está hilvanada con mayor fluidez. El resultado, con la ayuda del mejorado diseño visual, ofrece un aspecto muy cinematográfico en las batallas en escenarios creíbles: los morteros, helicópteros, choques y emboscadas le dan cuerpo al patrón básico de esquivar, disparar, avanzar. El peligro de los desarrollos anuales es crear una chapuza intragable. Pero la promesa de este *GRAW 2* es que es el tiempo necesario para convertir lo bueno en excelente.



Trucos bélicos

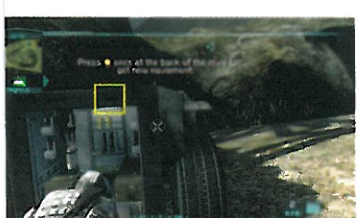
La popularidad del multijugador de *GRAW* ha llevado a algo así como un replanteamiento del modo para un jugador de esta segunda parte, que enfatiza las acciones individuales que solían ser el sello de *Rainbow Six.* Lo mismo puede aplicarse al multijugador de *GRAW 2,* que parece más rápido y brutal de lo que algunos de los más metódicos veteranos de *Ghost Recon* pueden pensar. La nueva clase médica puede acabar resultando ser un añadido esencial.



Las "pantallas dentro de la pantalla" de los primeros vídeos de *GRAW* siguen son marca de fábrica, tanto en el impresionante metraje de imagen real como en el *zoom* hacia la perspectiva de tus compañeros.







Los MULE se pueden controlar tanto en tercera persona (y conducirlos como un sabueso ansioso), o en primera persona a pantalla completa, como con el dron aéreo cenital.



Las mejoras visuales con respecto al primer *GRAW* son sutiles pero importantes: una atmósfera con calima ondeante y aire cargado con la fina arena del desierto.

¡Te compramos tus películas y videojuegos!

preciok







Preciok te garantiza el buen estado de cualquier compra que realices.

Calidad Preciok Garantía

¿No sabes qué hacer con tus películas y videojuegos que ya no usas?

1. Reúne tus pelis y videojuegos que ya no uses
2. Acércate a nuestra tienda Canal Ocio
3. Te los compramos todos, **al contado**
4. Además, compra a bajo precio productos Preciok



Preciok:
sólo en tiendas franquiciadas

canal ocio
cine y videojuegos

Valladolid
C/ Canterac, 23
Telf.: 983 294 025

Valladolid
C/ Lope de Rueda, 1
Telf.: 983 263 543

Santander
María Cristina, 1
Telf.: 942 215 300

Burgos
Avda. Eladio Perlado, 12
Telf.: 947 221 142

Ciudad Real
Avda. Tablas de Daimiel, 2
Telf.: 926 274 081

Ciudad Real
Ronda Alarcos, 24
Telf.: 926 27 30 87

Ciudad Real
Calatrava, 21
Telf.: 926 25 64 64





Otra divergencia de *Dominator* es que puedes desbloquear coches de competición, deportivos y vehículos civiles modificados al cumplir objetivos como conducir sin desviarte durante un tiempo determinado.





Los intentos de jugar al pinball con el tráfico encontrarán un final inesperado en *Dominator*, ya que la autoridad de los vehículos a velocidad lenta sobre los que corren a fondo devuelve a la saga a sus raíces previas a EA.





Esa otra mosca que revolotea sobre la miel multiplataforma, la PSP, forma parte de la acción prevista para *Dominator*. No obstante, no hay duda de que el juego se está convirtiendo a su versión para portátiles, y no al contrario. Puede haber hasta seis jugadores y rankings *online*.

PLATAFORMA: **PS2, PSP**
DISTRIBUCIÓN: **EA**
ESTUDIO: **EA GUILDFORD (CRITERION)**
ORIGEN: **REINO UNIDO**
LANZAMIENTO: **YA DISPONIBLE**

Burnout: Dominator

Para deleite de los tradicionalistas de la serie, una inesperada bifurcación del camino parte las carreras

Las supereestrellas multiplataforma del catálogo de EA pueden agradecerle a Sony su recién hallada crisis de identidad. Ahora que la compañía cuenta con dos plataformas en el mercado, PS2 y PS3, el desarrollo multiformato tiene que superar un auténtico abismo tecnológico, una buena excusa para seguir haciendo las cosas con esa gandulería a la antigua.

En cuanto a *Burnout,* esto significa dos nuevos capítulos de *Burnout Revenge*, uno para el inexplorado territorio de los juegos de mundo abierto, y el otro –éste– siguiendo la historia de la serie. El aspecto de Dominator puede hacerlo parecer un mero refrito, pero en realidad es más temerario que la antología de grandes éxitos de *Legends* o la colisión de mecánicas distintas que podrías esperar.

Al tirar por la borda muchos cambios recientes, como los roces con el tráfico o el modo Crash, *Dominator* se dirige a un círculo diferente de fans de *Burnout,* aquéllos que se alejaron de la serie por sus controvertidas modificaciones de jugabilidad.

Los pilotos oponentes todavía pueden lanzarse fuera de los nuevos circuitos del juego (los ya familiares pasillos urbanos, bajo relucientes copas de árboles, junto a refrescantes paseos marítimos o en las entrañas de complejos industriales). Pero, entre el Burnout y el Takedown, domina el primero.

El indicador de Burnout vuelve a definir la experiencia para PS2. Mientras te mueves a toda velocidad por sus caminos llenos de desvíos inesperados, el desafío se centra más en el temple que en la rabia, ya que *Dominator* devuelve al tráfico de coches su papel de obstáculo. Sólo cuando agotas tu indicador de Burnout con el pedal apretado al máximo, los ojos fijos en el horizonte, puedes conseguir la bonificación que lo rellena. Algunos dirán que todo vuelve a ser como debe ser.

Quizá para acercar este dogma tradicional a aquéllos que desconocían los *Burnout* anteriores al acuerdo con EA, un nuevo modo –Maniac– impone un límite de tiempo que sólo puede incrementarse jugando de forma imprudente. Los fans de *MotorStorm* también reconocerán la nueva característica Signature Shortcuts, con la que debes desbloquear los callejones sin salida y tramos de tierra utilizando un Takedown bien dirigido.

La verdad es que Criterion tiene talento natural para convertir lo blasfemo en brillante, pero sólo un auténtico fanático podría sugerir que es imposible que el mundo abierto de *Burnout* (ver el recuadro) se salga de la pista. *Dominator,* al menos, es un muy buen coche de seguridad.



Reventón

Aún en busca de un subtítulo con mayor atractivo para los adolescentes que un simple "5", la otra secuela de Burnout, pensada para PS3 pero que también saldrá para 360, todavía es una incógnita. Su mundo parece algo aséptico al lado del de *Dominator*, pero puede ser simplemente por la falta de aplicación de algunos efectos de posproducción.

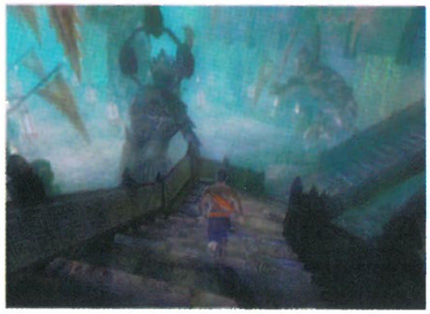


PLATAFORMA: **PC**
DISTRIBUCIÓN: **2K GAMES**
ESTUDIO: **BIOWARE**
ORIGEN: **EE.UU.**
LANZAMIENTO: **YA DISPONIBLE**

Jade Empire: Special Edition

El RPG para Xbox llega al PC una generación después, y pierde fuerza en Steam

Por fin los jugones de PC pueden poner las manos encima al *KOTOR* oriental, ya que llega una nueva edición especial de *Jade Empire* tanto a través de las tiendas como a través de Steam. Pero, pese a la insistencia de los desarrolladores en sus "tres nuevas capas de desarrollo", los cambios resultan relativamente pequeños y pensados para apaciguar a un mercado no muy bien tratado, y poco más.



En la capa de "contenidos", los mayores añadidos son los dos nuevos estilos de lucha: la poderosa técnica de la Palma de Hierro para los seguidores del camino "bueno" de la Palma Abierta, y el rapidísimo estilo Víbora para los que escojan el camino "malo" del Puño Cerrado. También hay una espada adicional, y un demonio extra en el que transformarse, además del personaje jugable de la edición limitada de Xbox, el Monje Zeng.

La capa de "mejoras de jugabilidad" ofrece una IA mejorada y la nueva dificultad Maestro Jade, que permite a los jugadores que han terminado el juego volver al principio y pasárselo de nuevo usando sus grandes poderes contra enemigos superiores. El motor del juego ahora es compatible con resoluciones mayores, iluminación avanzada y efectos de partículas. *Jade Empire* se ha retrasado dos años sin expansiones, un indicativo de que no consiguió captar la atención del público igual que tantos otros proyectos de BioWare. Con más búsquedas y más áreas, y una conversión más rápida, puede que el juego tenga la oportunidad de repetir la positiva recepción que consiguió para Xbox. No obstante, ahora no es probable que atraiga a los peceros, que seguirán prefiriendo el Imperio galáctico.





Cuando hasta el decepcionante *Enter the Matrix* tenía algo de dinamismo en sus animaciones Kung-Fu, da rabia que los combates en *Jade Empire* sean poco más que ataques ingrávidos y luces de colores.

The Elder Scrolls IV: Shivering Isles

Bethesda prepara un mundo enloquecido de verdad para los fans de *Oblivion*

PLATAFORMA: **360, PC**
DISTRIBUCIÓN: **2K GAMES (PC), BETHESDA (360)**
ESTUDIO: **BETHESDA**
ORIGEN: **EE.UU**
LANZAMIENTO: **30 DE MARZO (PC), 27 DE MARZO (360)**

Quizá *Knights of the Nine* haya roto la costumbre de lanzar contenidos descargables pequeñitos y con cuentagotas para ofrece algo más sustancial, pero seguía dando la sensación de que el objetivo era que nadie perdiera de vista *Oblivion*. Ahora la máquina de contenidos generadores de dinero de Bethesda prepara su primera expansión de verdad, y se rige por lo que los fans estaban esperando.

Las islas del título de la caja aparecerán más allá de la costa oeste de Cyrodiil, pero no son lo más importante. Un portal escondido transportará al jugador al reino del príncipe daédrico de la locura, Sheogorath, que te recluta para salvar sus tierras de su rival, con el surrealista nombre de Jyggalag.

El reino de Sheogorath tendrá un cuarto del tamaño del juego original, pero si Oblivion nos enseñó algo con su enorme (aunque a veces vacío) mundo, es que el tamaño no importa. *Shivering Isles* resulta atractivo porque los diseñadores intentan lograr algo más concreto y lleno de imaginación. Las tierras gemelas de Mania (Manía) y Dementia (Demencia), que debes explorar. Los colores brillantes, saturados, del paisaje de los apasionados habitantes de la primera, contrastan con los entornos fétidos y oscuros a lo Morrowind, lleno de habitantes paranoicos, de la segunda. Pero todo está lleno de creatividad. Trabajar para tu desquiciado amo (a cuyo pomposo mayordomo puedes invocar cuando quieras, para su desesperación) incluye ensamblar un golem para sustituir al que debes vencer para llegar a él, o deshacerte de un equipo de aventureros llegando a la mazmorra que hayan escogido antes que ellos y activando trampas.

Es curioso que un juego que se vendió como un mundo de búsquedas y exploración casi infinita ahora lance expansiones que intensifican la experiencia a la vez que reducen el tamaño del mundo. Bethesda nos vendió lo que pensaba que queríamos, y ahora nos vende lo que necesitamos.

Los Caballeros de la Orden invaden Sheogorath, para evitar que se extienda entre sus habitantes la Greymarch, una epidemia.







Las tierras de Demencia y Manía servirán para saciar a los aprendices de héroes que quedaron decepcionados por la fantasía más genérica de *Oblivion*.



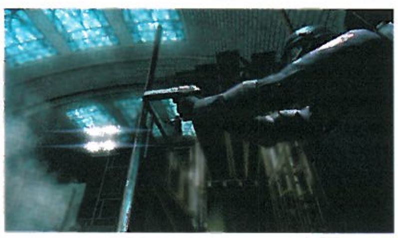
PLATAFORMA: **360, PS3**
DISTRIBUCIÓN: **2K GAMES**
ESTUDIO: **STARBREEZE**
ORIGEN: **SUECIA**
LANZAMIENTO: **MAYO 2007**

The Darkness

Un mafioso convertido en demonio mutante trabaja en el multijugador, con el juego casi terminado



Los Darkling son la encarnación más carismática de los poderes oscuros del héroe Jackie Estacado. Sin embargo, en el multijugador es difícil encontrar el equilibrio entre su mayor movilidad y su débil ataque cuerpo a cuerpo.



Hubo una época en que crear un modo multijugador como segundo plato era pecado mortal. Pero los chicos de Starbreeze son abiertamente honestos al decir que el modo competitivo de su *shooter* sobrenatural no es una de las piezas clave del proyecto. En su lugar, parece que su inspiración ha sido el entusiasmo del equipo por la posibilidad de usar los Darklings contra un armamento convencional.

El atractivo de la idea es evidente: dar un giro demoníaco al calculado desequilibrio del excelente multijugador de *Splinter Cell* de espías contra mercenarios. Pero también es evidente el inconveniente: es un desequilibrio tan ambicioso que sólo adquirirá consistencia en manos de un desarrollador atento. En consecuencia, la versión actual no es nada del otro mundo –tiene fallos, temblores y es caótica–, y la habilidad de los jugadores de transformarse de Darkling a humano provoca una lluvia constante de oponentes que caen del techo antes de escabullirse de nuevo a las alturas. Aunque lo más preocupante es que el diseño de los niveles no está a la altura de estas metamorfoseantes batallas, así que los jugadores tienden a aglomerarse en las zonas más amplias en lugar de aprovechar de forma táctica la arquitectura.



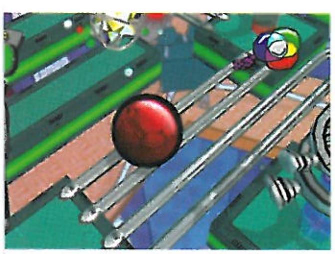
Los tiroteos de ***The Darkness*** aún no resultan convincentes, y, hasta que el juego no sea lanzado, no se podrá saber si el diseño de niveles estará lleno de sutiles detalles tácticos o si decepcionará de puro soso.

Todavía hay tiempo –no demasiado– para pulir estos fallos, pero el mensaje que lanza Starbreeze es que están tan seguros de que el modo para un jugador va a ser tan atractivo que este elemento será un suculento extra. Aunque resulta frustrante pensar que habría sido una bonificación mucho mejor construida si los desarrolladores hubieran apuntado más bajo y hubieran usado una mecánica ya probada y calibrada.

PLATAFORMA: **Wii**
DISTRIBUCIÓN: **ATARI**
ESTUDIO: **IGNITION**
ORIGEN: **REINO UNIDO**
LANZAMIENTO: **12 DE ABRIL**

Mercury Meltdown Revolution

Ha pasado de chico de portada de la PSP a titular de la Wii, y Mercury intenta no perder su forma original





Es muy atrevido emplear ***cel shading*** en un objeto sin bordes afilados ni una forma fija; es una decisión de una valentía sorprendente.

Cuando *Mercury* apareció por primera vez en Edge edición inglesa, hace algo más de dos años, llamó la atención por ser el primer juego para PSP que se lanzó al ruedo. Parecía un embajador perfecto para la consola: sus brillantes líneas metálicas sacaban todo el partido de la pantalla, y con el sensor de inclinación que estaba previsto incluir decir "portátil" sería más un estilo de juego que una simple etiqueta. Pero el sensor de inclinación no se incorporó finalmente. Ahora, más de dos años después, esa idea se convierte en realidad en una plataforma que resultaba imaginable en aquel invierno de 2004: Wii.

Así pues, tras el éxito del título para PSP y su conversión para PS2, y una vez *Mercury* se ha convertido en una franquicia sólida y viable, ¿es Revolution su versión definitiva? En muchos aspectos sí: las mejoras de la mecánica de *Meltdown* siguen bien establecidas, con detallados diseños de nivel llenos de retos tensos y vibrantes. Cuando completas un nivel, no puedes evitar repetirlo para recortar algo de tiempo, tal vez probando un tentador atajo. Y el control de inclinación resulta preciso y equilibrado, ofreciendo una conexión directa con la acción. Pero hay algo en la forma que *Revolution* –un título para auténticos jugones– alterna restricciones de tiempo, elementos de pantalla, interruptores y bonificaciones que hace que no acabe de encajar con la Wii. Te darás cuenta de que tu cerebro entra de forma automática en modo "relax" cuando cojas el control remoto, más adecuado para el encanto simple de Kororinpa. Pero, como el catálogo de la Wii es aún escaso, una dosis de *Mercury* es justo lo que la consola necesita.



Provoca auténtico terror visceral ver cómo los obstáculos que encuentras rompen tu bola, la estiran y la arañan.







Su estilo visual funciona bien en la Wii, y saca todo el partido de sus colores sencillos y vibrantes, logrando transmitir con claridad las posibilidades y las trampas de una mecánica a veces demasiado elaborada.

PLATAFORMA: **DS**
DISTRIBUCIÓN: **RISING STAR/VIRGIN PLAY**
ESTUDIO: **MARVELLOUS INTERACTIVE**
ORIGEN: **JAPÓN**
LANZAMIENTO: **YA DISPONIBLE**

Bubble Bobble Double Shot

Gato escaldado del agua fría huye: Rising Star intenta colocar en su sitio lo que antes hizo mal

Bub y Bob nunca se había enfadado, pero han tenido una buena razón para hacerlo. El diseño de caja de Revolution era horrible. Una desdicha doblada que iba más allá del empaquetado, con una desacertada puesta al día de un clásico muy querido. Los ojos de todo el mundo se empañaron por las lágrimas, vamos.

Rising Star tiene la oportunidad de redimirse con este juego, y la perspectiva parece prometedora. Aunque han pasado por una nueva puesta a punto, tanto los diseños como el sonido mantienen el espíritu del original –al menos hasta el punto de ser infantil, la música familiar y los temas reconocibles–, y afortunadamente, los niveles con scroll de Revolution se han dejado de lado para que cada nivel ocupe toda el área de visión.

Esta vez, el mayor cambio es uno sutil, con la forma de un nuevo "personaje": un dinosaurio rojo, Bubu, para acompañar al verde y al azul, y cada uno puede regurgitar burbujas de colores. Mientras la idea básica del juego sigue inalterada (matar todo lo que pilles metiéndolo en burbujas y haciéndolas estallar), algunos enemigos (marcados por una estrella de color) sólo pueden eliminarse utilizando la burbuja del color adecuado, algo que se puede conseguir cambiando los dinosaurios de colores mediante los gatillos.

Quizá sea un mero cambio por el cambio, pero añade un plus de interés al juego, haciendo necesaria una mayor anticipación o una reacción más desesperada a medida que la dificultad se incrementa. Que consiga captar tu atención durante sus 100 niveles ya es otro tema.



Aunque se agradece la mecánica de los colores, existe el peligro de que Rising Star haya complicado demasiado las cosas al tener que mezclar burbujas. Cuando las cosas se ponen frenéticas, es inevitable que te maten.





El modo multijugador es, sin duda, la mejor apuesta de *Bubble Bobble Double Shot*, al permitir partidas cooperativas para tres jugones. Es ahí cuando la dinámica de colores tiene todo su sentido, ya que los usuarios tienen que coordinar sus ataques con algunos enemigos y atacar a otros en solitario.

New Zealand Story Revolution



El cuento clásico de Kiwis y Walrus se reafirma como el videojuego más amarillo de la historia

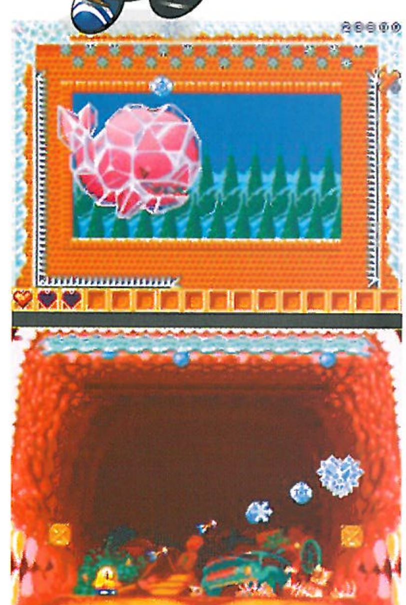
PLATAFORMA: **DS**
DISTRIBUCIÓN: **RISING STAR/VIRGIN PLAY**
ESTUDIO: **MARVELLOUS INTERACTIVE**
ORIGEN: **JAPÓN**
LANZAMIENTO: **YA DISPONIBLE**

Hay que reconocer que *New Zealand Story* no contaba con el diseño mejor pensado del género plataformero; los enemigos aparecían en un caos controlado, y las cornisas se disponían de forma un tanto anárquica. Esta actualización del clásico de 1988 mantiene mucho de aquello con un refrescante aire de familiaridad, incluso con unos niveles estructurados de forma distinta. El objetivo sigue siendo el mismo: rescatar a los Kiwis apresados por los Walrus, primero buscando una llave y luego la jaula que lo cierra. En la línea de *Bubble Bobble Double Shot*, se han introducido una serie de pequeños cambios. Algunos no sirven de mucho –como ciertos power-ups–, mientras otros, en particular los relacionados con el uso del hardware de DS, resultan al menos divertidos o sorprendentes, ya sea al abrir una puerta rotando un pomo, o equilibrando a Tiki en la pantalla táctil mientras avanza por una cuerda de equilibrista.

Estos cambios y añadidos no alteran demasiado el aroma del original, en el buen o en el mal sentido. Muchos de los defectos del original siguen presentes. A menudo se consigue el éxito apostando por la suerte y atravesando corriendo los niveles, ya que extremar el cuidado ante enemigos que se regeneran continuamente puede acabar con la paciencia de cualquiera. Asimismo, al mantener el estilo visual y los fondos, a menudo es demasiado difícil distinguir el peligro hasta que, inevitablemente, ha acabado contigo. ¿Que así es más auténtico? Quizás, pero lo divertido que puede resultar de esta manera es algo que habría que discutir.



Algunas entradas están escondidas, y sólo puedes descubrirlas jugando a las diferencias en las dos pantallas. Tienes que pulsar lo que es diferente para abrir la puerta.



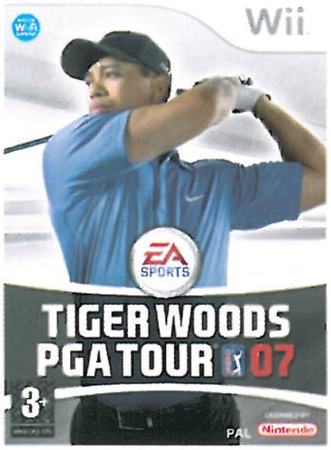
Las dos pantallas de la DS tienen usos interesantes durante las luchas contra jefes. En la de arriba, Tiki debe dejar que una ballena se lo trague, dándole así acceso al corazón de la bestia en la pantalla inferior.

El mejor añadido es la capacidad de disparar tu flecha hacia arriba, tan útil que hace que los *power-ups* sobren.



¡Llega la Revolución!

Gracias a la revolucionaria consola Nintendo Wii podrás sumergirte en una nueva forma de jugar a los títulos de Electronic Arts. Tan sólo tendrás que coger tu mando Wii y tu Nunchaco y disfrutarás de un control excepcional en tus deportes y aventuras preferidos.



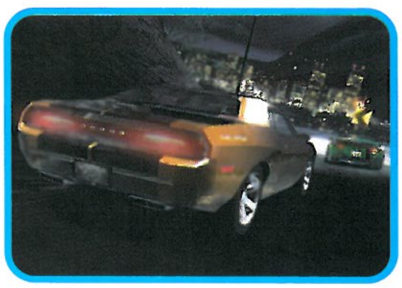
Tiger Woods PGA Tour® 07

- Sistema de Swing Virtual
- 18 Campos Oficiales y 35 jugadores profesionales
- Mini Juegos, Retos y Temporadas Pga Tour





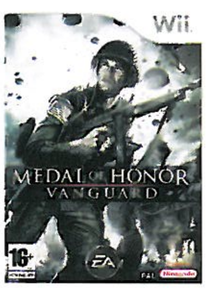


Need for Speed™ Carbono

- El novedoso sistema de control de Wii permite un dominio total de tu coche.
- Autosculpt: tunea tu coche moldeando sus piezas en tiempo real.
- Representa tu estilo: elige entre coches japoneses, muscles y exóticos







Medal of Honor Vanguard™

- Controles innovadores exclusivos de Wii
- Libera a Europa en 4 operaciones militares decisivas de la 2° Guerra Mundial
- Demuestra tu valor en el campo de batalla más realista de Medal of Honor







SSX Blur

- Revolucionario Sistema de Control
- Velocidades de Vértigo
- Domina la montaña y reta a tus rivales en 12 variadas pistas





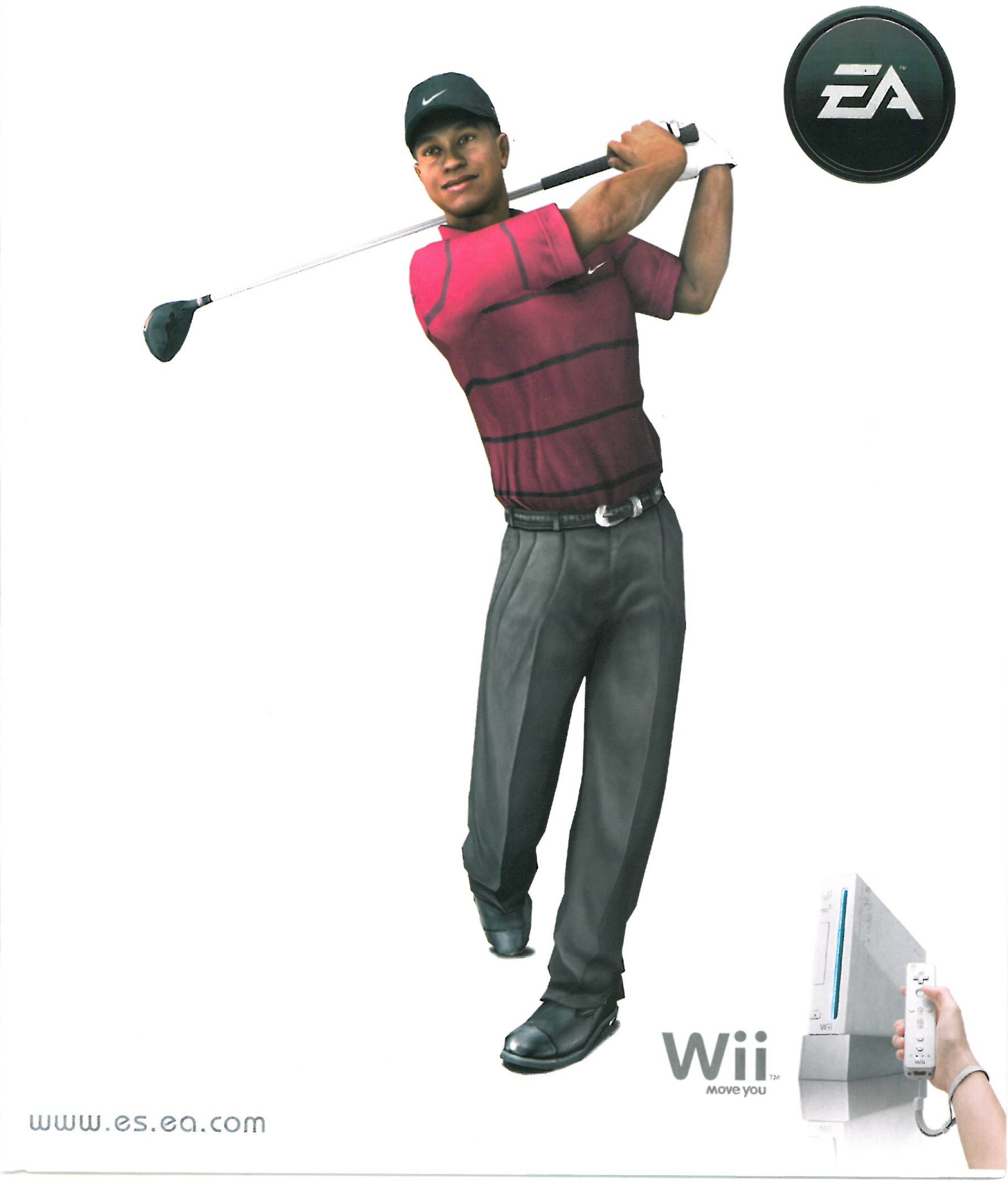


El Padrino®, el chantaje

- Sistema de control Black Hand exclusivo de Wii
- Nuevas misiones, familias, edificios y minijuegos
- Nuevo Sistema RPG de desarrollo de personajes



18+


EA
Wii
Move you
www.es.ea.com



PEQUEÑA GRAN IDEA



Un pequeño equipo inglés está desarrollando uno de los mayores juegos para la PS3: *Little Big Planet*. Ésta es su historia

Pocos días antes de cerrar esta edición, Phil Harrison, presidente de los estudios internos de Sony Computer Entertainment, dio a conocer este título, que saldrá el año que viene para PlayStation 3. El anuncio provocó oleadas de expectativas y comentarios por todo Internet.

Puedes hacer que tu personajito corra, salte… y actúe. La cruceta selecciona expresiones faciales: sonrisa burlona, mueca y ceño fruncido. La palanca derecha acciona sus brazos juntos, pero si dejas pulsados L2 y R2, los podrás mover de forma independiente con los *stick* izquierdo y derecho. Y, en un golpe de genialidad, al inclinar el mando Sixaxis se

TÍTULO: **LITTLE BIG PLANET**
PLATAFORMA: **PS3**
DISTRIBUCIÓN: **SCEE**
ESTUDIO: **MEDIA MOLECULE**
ORIGEN: **REINO UNIDO**
LANZAMIENTO: **2008**



La única herramienta para crear juegos de la que había dispuesto antes Healey fue el "excelente" Shoot'Em Up Construction Kit de Sensible Software, pero para cuando apareció, en 1987, él ya había aprendido el lenguaje ensamblador.

mueve la cabeza. Puedes adoptar actitudes, mirar objetos del mundo o bailar, y si el personaje frunce el ceño e inclinas su cabeza hacia adelante, se moverá con aire abatido.

Se trata de un uso muy inspirado del Sixaxis que convierte su naturaleza dual en una armoniosa combinación de mando de juegos y cruceta de marionetista. Es tan lógico e instintivo que, tras un minuto de juego, sientes que éste es el juego que estaba esperando el mando de la PS3 desde que se diseñó. Y cuando alguien te explica todo el concepto, te das cuenta de que este sencillo jueguecito tan mono que Media Molecule está creando en Guildford (Inglaterra) con un diminuto equipo de menos de 20 personas podría ser un éxito enorme y definitivo para Sony. El juego que la PS3 necesitaba como agua de mayo.

Este sencillo jueguecito tan mono podría ser un éxito definitivo para Sony. El juego que la PS3 necesitaba

Es hora de pasar a los grandes asuntos. Básicamente, el juego es un original plataformas multijugador con un motor de físicas brutal y un estilo visual peculiar, entre *LocoRoco*, *Four Swords Adventures* y el éxito que llevó de forma inesperada a Media Molecule al primer plano internacional: *Rag Doll Kung Fu*. Pero en realidad es algo mucho más importante que todo eso, es algo que hizo que Sony lo comprara como exclusiva *firstparty* en el momento en que Media Molecule se lo presentó, hace un año. Es una herramienta creativa.

Y no es sólo que tenga un editor de nivel: es que ese editor es genial, y tu personaje es el protagonista y el diseñador en uno. Pulsando un botón abres un sistema de menú –parecido a un bocadillo de cómic– que se une a tu personaje (como si fuera una cometa) mediante una cuerda coloreada. Puedes colocar objetos en el mundo de juego, decidir sus propiedades físicas, moverlos, moldearlos, crear otros nuevos, poner pegatinas, pintar cuadros, añadir sonido, importar fotos, diseñar trajes. Puedes trabajar con una pizarra partiendo de cero o a partir de una plantilla, y puedes elegir entre utilizar objetos ya preparados o diseñarlos tú mismo. Media Molecule lo llama Poppet ("marioneta"). El director creativo, **Mark Healey,** que es la alocada columna de la empresa, dice que ha estado buscando un acrónimo más técnico, pero no lo ha logrado.

Entonces llega Sony y proporciona la PlayStation Network, una plataforma para compartir tus creaciones con los amigos y con todos los usuarios del juego. **Pete Smith,** productor del estudio de Sony en Liverpool y supervisor del juego, afirma que se han inspirado los sitios estrella del famoso fenómeno de la internet 2.0: YouTube, MySpace o Flickr. La idea es que es el momento propicio para que los juegos creativos vayan más allá de la comunidad de creadores de mod para PC y se conviertan en un mercado masivo, y que eso suceda en la PS3 y PSN.

Healey apunta: "Tiene algo de revolucionario crear algo y compartirlo con otros… y





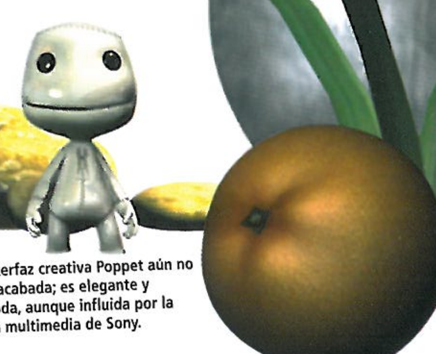
Hay que arrastrar unos bloques con aspecto de almohadas y causar un deslizamiento de tierras; las manchas amarillas de espuma explotan al chocar.











La interfaz creativa Poppet aún no está acabada; es elegante y cómoda, aunque influida por la barra multimedia de Sony.



Aunque el juego es arrebatadoramente entretenido y muy táctil, la sensación y la respuesta de los controles a veces parece algo deficiente: puede que no se deba más que a que faltan algunos efectos de sonido, parte esencial del *feedback* del juego.

que esos otros lo disfruten. Durante el proceso de desarrollo a menudo sentí lo que llamo un 'subidón revolucionario', que es esa clase de fiebre o de excitación que te da al crear una característica que sabes que va a hacer reír a la gente, o que resulta rompedora de alguna manera. Es una sensación física que hace que me ponga a pasear de un lado a otro temblando de emoción y haciendo ruidos como si fuera un mono enloquecido. Lo que me lleva a querer hacer este juego es trasladar la sensación de 'subidón revolucionario' a quienes tienen una imaginación desbordante, pero no disponen del tiempo o de la capacidad de aprender todo el complicado proceso de crear un juego. Eso que hace que sientas algo especial con MySpace, YouTube y cosas por el estilo. Quizá tenga algo que ver con la Era de Acuario", añade. Y es imposible discernir si lo está diciendo en serio.

Tras decidir que iba a tratarse de un juego creativo, lo primero, y más difícil, que Media Molecule tuvo que crear fue una interfaz y un entorno que lograsen que todos y cada uno de los jugadores se apasionasen por el título. Se tomaron dos decisiones clave que diferencian a este particular juego de cualquier otra herramienta anterior de creación de contenido: la primera, que el editor y el juego tenían que estar totalmente integrados, y la segunda, que tenían que permitir a los jugadores crear de manera conjunta y en tiempo real.

Healey aclara: "Incluir un editor de mapas no es una idea nueva, pero siempre han sido complicados y supertécnicos, o te dejaban hacer pocas cosas. Nosotros queríamos darle a la gente la posibilidad de sentarse en un sofá, coger un pad y crear el contenido más loco que se le ocurriera, pero, y esto es importante, que pudiera hacerlo cooperando con otros, ya fueran otros amigos sentados en el mismo sofá o en línea. La creatividad cooperativa era uno de nuestros mantras".

Para facilitar lo más posible al jugador la transición a una forma creativa de jugar, Media Molecule está incorporando con mucho cuidado los elementos en los niveles que está creando para el juego: "como resultado de jugar con ellos, te descubres a ti mismo creando", en palabras del director técnico, **Alex Evans.** "Era importante que las herramientas para editar formaran parte de la jugabilidad real desde el principio, así que, por ejemplo, podrías tener que usar la pintura o cualquier otra herramienta creativa para 'aclimatar' un personaje". Healey sugiere "construir un vehículo y lanzarlo por una enorme pendiente. Nos damos cuenta de que no todo el mundo querrá dedicarle tiempo a crear un nivel completo: algunos puede que solamente deseen personalizar el aspecto de su personaje, por ejemplo, o quizá crear una criatura extraña, y compartirla con sus amigos".

El problema surge en ambos casos, claro: además de diseñar herramientas creativas simples que armonicen en el juego, tenían que conseguir un juego divertido que sacara



(Sobre estas líneas) tú saltarías a la pantalla y sobre el bloque que hay detrás de ti accionando la palanca izquierda, pero sólo es posible cuando la opción está disponible; normalmente sólo hay derecha e izquierda.



No hay muchos controles de la cámara actualmente, aunque hace *zoom* de manera automática según la distancia que hay entre los jugadores, o si Poppet entra en acción. El juego no tiene HUD, lo que refuerza su aspecto de *dibujo animado vérité*.

Biología molecular

Media Molecule la formaron a finales de 2005 los empleados de Lionhead Healey, Evans y Smith, más o menos al tiempo que el juego independiente de lucha *Rag Doll Kung Fu* de Healey se lanzaba a través del servicio de distribución Steam de Valve. Pero ahora están lejos de pretender distanciarse de su antiguo jefe. Evans asegura: "Aprendí todo lo que sé sobre juegos en Bullfrog y en Lionhead, y Peter Molyneux nos dio todo su apoyo cuando le dejamos. Los juegos en los que trabajamos allí –para PC– son geniales por su jugabilidad emergente tan libre y de final abierto. La verdad es que quiero trasladar algo de eso a un juego de videoconsola".

"*Rag Doll Kung Fu* fue mi primera experiencia con distribuidores de primera mano, así que casi se convirtió en un curso acelerado sobre todo lo que tienes que saber para hacer un juego, desde el concepto hasta la localización", prosigue Healey. Sus métodos de trabajo puede que sean heterodoxos, pero Sony ha mostrado mucha comprensión al respecto. "Nos aferramos fieramente al modo como hacemos las cosas, porque nos permite seguir siendo creativos sin dejar por eso de entregar a tiempo –comenta Evans–. Hicimos nuestras primeras entregas dando vueltas a la oficina con una videocámara digital, entrevistando a gente y señalando cosas en la pantalla".

La fe de Healey en su equipo es total, y también algo insolente. "Somos muy buenos a la hora de materializar ideas extravagantes. Tener ideas originales no es en realidad tan difícil, pero convertirlas en algo que sucede en pantalla requiere un montón de recursos y habilidad. Y lo que tenemos de verdad es talento: puede que suene algo engreído, pero creo que es cierto".



partido de las herramientas. En este sentido, el juego es ya un éxito completo y divertidísimo.

En una sesión de pruebas breve pero deliciosa, en la que también participaron Healey, Evans y Smith (con personajes vestidos como si fueran un especialista de cine, una corista y una serpiente), recorrí uno de los niveles hechos por Media Molecule. Se trata de un trazado llano, que consiste en ir de izquieda a derecha. El nivel parece estar construido a base de cartón, arpillera, frutas, utensilios de cocina, conchas de caracol, un móvil y plástico. Dentro del mundo, todo se comporta de acuerdo con propiedades físicas creíbles (y, como Smith subraya, a veces propiedades equivocadas, como un árbol hecho de esponja y ropa). Pulsando R1 el personaje manipula cualquier objeto que haya en el mundo (incluidos otros personajes) con sus brazos elásticos.

La física forma parte integral de la jugabilidad, porque es un factor de diversión a un nivel fundamental, y porque experimentar con los comportamientos físicos de diversos objetos es un camino sencillo y entretenido de la filosofía de diseño 'hazlo tú mismo'. Los diminutos muñecos hacen equilibrios con naranjas, accionadas por medio de palancas con mucho muelle, y lanzadas desde ruedas dentadas giratorias, y además cuelgan de cuerdas de banyo, empujan patinetes y se aferran a la querida vida. Por lo general consiguen un equilibrio entre la cooperación y la lucha cómica de *Four Swords*, sólo que en un entorno mucho más libre, y aunque hay un tope de cuatro jugadores por PS3, ese número será más alto en modo *online*. No faltan puzzles sencillos ni algún desafío a tu destreza, pero la mayor parte de la diversión procede del puro placer táctil de la interacción, y ése se da en abundancia. Se trata de un juego que es capaz de igualar a *Katamari Damacy* en cuan-



El salto con patinete es tan destacable que es probable que surja toda una subcultura sobre lanzar por rampas vehículos aéreos de diseño sofisticado y ver cómo reaccionan.

to al nivel de diversión absurda, infantil y despreocupada que proporciona.

El mundo posee cierta profundidad, aunque es automático el paso entre la vista general y el primer plano; los únicos controles son ir a la izquierda o a la derecha, agarrar y saltar. Pero en esencia es una colección de objetos 3D colocados en un plano 2D. Esto habría resultado difícil de vender tratándose de una experiencia de juego sólo para PS3, pero era esencial que se tratara de un espacio creativo cómodo, como explica Evans: "Por eso apostamos por una cámara lateral en vez de una en primera persona; no queríamos que la gente sufriera editando un mundo 3D con un monitor 2D. Nada de alardes técnicos o de líneas abstractas. Tenía que ser todo físico, basado en tu personaje, y ser *in-game*".

Ya que los detalles sobre Poppet están aún sin definir ("estamos en ello", dicen), la cámara fija es el ejemplo más concreto de las limitaciones con las que lidia Molecule para que el juego resulte accesible. Evans dice: "Las limitaciones también son positivas. Dar a la gente una estructura evita lo que llamo 'síndrome del papel en blanco'. No todo el mundo encuentra divertido enfrentarse a una pizarra virgen y que le digan 'que te diviertas'. Ha de haber estructura y limitaciones".

Tales limitaciones no incluyen en absoluto el género, sin embargo. El concepto de diseño más apropiado en este caso es el de plataforma, y eso es lo que se presenta por el momento. Pero Media Molecule está trabajando en otras formas de interacción en los niveles, y espera que los jugadores también hagan lo propio... y no necesariamente para sentir que tienen que construir juegos. "La plataforma es la forma más básica de jugabilidad que utilizamos en el juego; hay otras que también usaremos y que les proporcionaremos a los jugadores para que las empleen, pero de momento no entraré en detalle sobre esa cuestión", advierte Healey, y añade: "Me gustaría destacar que si quieres crear algo con este juego no tienes que construir un nivel al modo tradicional. Piensa más bien como si fuera crear un sitio web físico. Añadir elementos a la jugabilidad es un extra opcional".

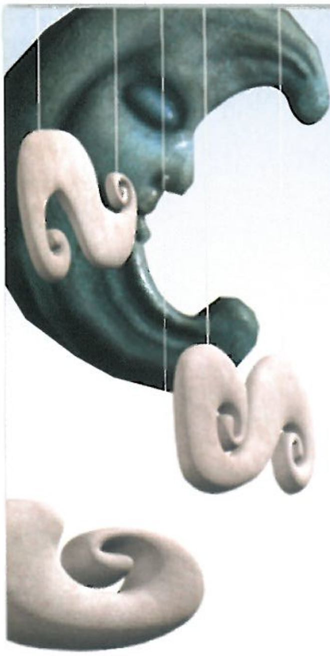
Es fácil imaginar que algunos de los niveles diseñados por los jugadores serán simples escenarios personalizados o galerías interactivas para cosas que hayan creado en el juego (o fuera de él, puesto que podrás emplear cualquier archivo de imagen o sonido que esté almacenado en la PS3, incluido lo que llegue a través de la Eye Toy). Otros pueden optar por crear películas *machinima*, gracias a la expresividad y teatralidad de los muñequitos, aunque Sony todavía no aclara si existirá una opción para capturar directamente vídeo y compartirlo en el juego. Evans asevera: "Ardo en deseos de ver lo que la gente crea, y ver la dirección que toma, sea cual sea. Vamos a intentar dar soporte a todo lo que produzca la comunidad, y potenciar lo que guste más a la gente".

No obstante, Media Molecule impone hasta cierto punto cosas a los jugadores con su aspecto tan sofisticado. Por mucho que puedas toquetear y retocar exteriormente, no podrás suprimir ese adorable aire tan mono de los personajes ni que choque la tecnología de alta definición con su estética casera y tosca. Dicho eso, como fondo de todas las aportaciones del jugador predomina una sensación caótica, como de desmañado álbum de recortes, que debería funcionar de maravilla. Y otra



Éste es el enigma de la fruta y el balón (ver el recuadro de la última página): los puzzles físicos como éste funcionan tan bien porque todo sucede tal como cabría esperar.





cosa: el resultado es precioso. Las texturas y los sombreadores resultan irresistiblemente realistas, y la animación le otorga una cualidad inocente y nostálgica casi conmovedora.

Healey revela: "Siempre quisimos que se percibiese que cualquiera puede crear un escenario, y luego lo filmara con una cámara. La idea de usar material creado artesanalmente resultaba evidente cuando pensamos en el contenido creado por el propio usuario".

"Como programador del motor, me empeñé en que el juego tuviera un aspecto como si hubiera sido grabado con una videocámara, y lograra que este maravilloso y pequeño mundo cobrara vida. De manera que me concentré en técnicas que suelen asociarse con los juegos realistas en vez de con los de dibujos animados: desenfoque por movimiento de calidad muy alta, profundidad de color, corrección cromática. Resulta muy refrescante ver un estilo creativo tan refinado, renderizado de un modo realista", cuenta Evans.



La versión actual de la portada del juego es una mezcla perfecta de marcas con marcada identidad: la de Sony y su enfoque hacia la electrónica de consumo, y la de Media Molecule asomada a la artesanía más anárquica.



La gran incógnita es averiguar cómo va a funcionar la noción de compartir contenido, y hasta dónde llegará el desarrollo de sus capacidades de red. Sony aprieta los labios por el momento y no suelta prenda, pues se niega a responder la mayoría de preguntas sobre aspectos específicos, pero Smith promete que intentarán exprimir para este título cada gota de funcionalidad que puedan sacarle a la PSN. Si se te ocurre algo al respecto, seguramente ellos ya lo están probando y lo harán.

De modo que podrás compartir tus creaciones con los amigos y toda la comunidad PlayStation las disfrutará; la gente comentará tu trabajo y habrá listas de los niveles favoritos. Es probable que Media Molecule ofrezca soporte, sea en forma de nuevos niveles, elementos o de otra forma. Parece verosímil que el juego necesite su propia interfaz de estilo web para manejar lo que debería convertirse en una red social en expansión.

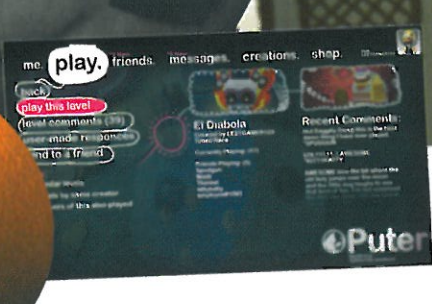
Podrás compartir no sólo niveles enteros, sino también componentes de nivel; Smith revela que se dotará a los creadores de poderes bastante sofisticados para la distribución. "Planeamos permitir a los creadores decidir qué objetos e imágenes les gustaría que puedan utilizar otros usuarios. Puede que tengas que completar una tarea o todo el nivel para conseguir el objeto. Esperamos que la gente dedique mucho tiempo a crear elementos".

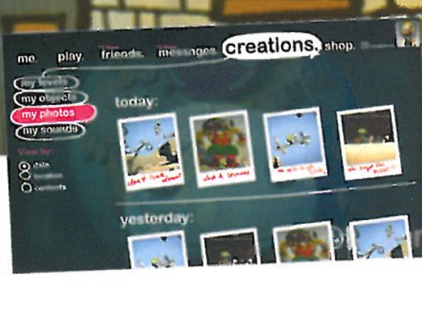
Las dos mayores incógnitas que quedan por despejar son el sistema de pago y la censura. Aunque se venderá como un juego con su *packaging* normal, no se ha dicho nada sobre si se cobrará una tarifa o si habrá algún tipo de pago mediante microtransacciones. Es posible que Sony decida cobrar por las descargas de su propio contenido, pero ¿qué pasa con lo creado por los jugadores? Seguramente eso debería ser de acceso gratuito, pero Sony no lo ha confirmado todavía.

Podrás compartir tus creaciones con tus amigos y que toda la comunidad PlayStation pueda disfrutarlas



Arriba están recreados Mario y el príncipe de *Katamari* : mira con atención los vídeos de Media Molecule y descubrirás clips de ambos juegos.





El menú 'creaciones' sugiere que ahora es posible tomar fotos pero no vídeos. Tal vez los locos del movimiento busquen otra opción.





Tampoco se sabe cómo se hará que tus niveles estén en la red; Sony tendrá que andarse con pies de plomo. Hay muchas posibilidades de que se produzcan infracciones con los derechos de autor y el empleo de material no apropiado: por ejemplo, rehacer un nivel de *Super Mario Bros,* y llenarlo de imágenes pornográficas. Pero ¿cómo introducir medidas de censura sin restringir la libertad de expresión y el comentario social, que son la savia que alimenta a la mayoría de comunidades creativas *online?* Eso por no mencionar los costes de posibles litigios y problemas legales.

Pero, pese a esta batería de problemas y preocupaciones adicionales, en buena medida de tipo administrativo, lo cierto es que si te quedas atrapado en su laberinto acabarás perdiendo de vista lo extraordinario y vitalista de la propuesta. Es un juego inmensamente retador y divertido, precioso, en el que gratifica juguetear y hacer modificaciones. Una cosa es que los jugadores puedan ser creativos y otra que se diviertan haciéndolo. A base de decisiones inteligentes, Media Molecule ya ha logrado el éxito en las dos cosas.

Sony no está sola en su voluntad de construir en una consola un portal para el contenido creado por los usuarios, pero la respuesta de Microsoft –construida en torno a XNA– resulta académica y técnica, mientras que Sony ha hallado el modo de hacerla accesible a todo el mundo, y convertir la creación de juegos en un juego en sí mismo. Este título destacará en el catálogo de títulos de Sony al nivel de *PaRappa* e *Ico, SingStar* y la EyeToy; como ellos, se alimenta de la convicción de que un equipo pequeño con una actitud independiente todavía puede cambiar la forma en que se hacen y se disfrutan los juegos. Evans cuenta: "Aunque salimos del equipo de *Rag Doll,* nuestra ambición siempre ha sido concebir un 'monstruo triple A', como Mark dice. Así que intentamos ver si podemos materializar esa idea locamente ambiciosa como título definitorio de la PS3". Después de todos los negros presagios sobre la crisis de creatividad de esta generación, qué refrescante resulta encontrar tal confianza en que los juegos pequeños pueden aún ser algo grande.

La opción naranja

Como ilustración de lo simple que es construir una jugabilidad entretenida y sugerente en este mundo físico, Media Molecule muestra una solución al problema más básico de un plataformas: una repisa demasiado alta para saltar. Se ha colocado una naranja y un balón de fútbol delante de la repisa. Puedes arrastrar la naranja junto al balón con ayuda de un amigo, y saltar de una al otro, o bien saltar sobre la naranja, 'caminar' sobre ella o empujarla hasta sacarla de plano, utilizando la fuerza centrífuga para precipitarte sobre el balón. El motor de física hace por ti en realidad la mitad del trabajo de diseño del juego, y además prioriza la experimentación sobre la delicadeza.



La ambientación del nivel visto hasta ahora es un perfecto resumen de cómo adquiere vida el pequeño mundo del juego. Recuerda de alguna manera el ingenio visual de Micro Machines, pero su asombroso tratamiento técnico y artístico lo catapulta a un nivel totalmente nuevo.





Tras la pista de Sega

El estudio inglés de Sega dedicado a las carreras se pone en marcha y quita el polvo a las carreteras del pasado con el barro de un nuevo *Sega Rally*

TITULO: **SEGA RALLY**
PLATAFORMA: **360, PC, PS3**
DISTRIBUCIÓN: **SEGA**
ESTUDIO: **SEGA RACING STUDIO**
ORIGEN: **REINO UNIDO**
LANZAMIENTO: **SIN CONFIRMAR**

Existen dos teorías sobre cuál es el factor determinante en un gran juego de carreras. Unos aseguran que la clave está en la pista, que es normalmente algo que simplemente está ahí y no hace nada, y que, sin embargo, condiciona el escenario, el guión, el diseño de niveles y los principales rivales, todo a la vez. **Guy Willday**, director del nuevo Racing Studio de Sega en Solihull (Reino Unido), adopta el punto de vista contrario: "Por resumirlo de alguna forma, la clave reside en la conducción y en el comportamiento de los coches. La sensación de estar controlando el vehículo en el escenario que sea constituye el factor crucial para que cualquier juego



de carreras funcione. Yo pienso que ahí está el encanto de los juegos *Sega Rally;* puedes acercar el coche al arcén de la pista de grava y sentir que sigues controlando la conducción. Fundamentalmente, la clave está en la física".

Son palabras que no sorprenden viniendo de un hombre que durante su época en Codemasters dirigió la producción de los primeros cuatro juegos *Colin McRae Rally,* que constituyen acaso la expresión más perfecta del planteamiento purista de 'un hombre y su motor'. Y aunque su proyecto actual –el clásico arcade *Sega Rally,* renacido para 360, PS3 y PC– es bastante menos radical, la filosofía permanece. El cara a cara del *Sega Rally Championship* original entre el Toyota Celica y el Lancia Delta fue uno de los duelos emblemáticos del videojuego, un duelo en el que la estrella en buena medida era el coche.

Pero existe aquí una contradicción, porque si *Sega Rally* (que se llamará *Sega Rally Revo* en Estados Unidos) tiene un protagonista, es la pista.

"En los *Sega Rally* puedes acercar un coche al arcén y sentir que lo controlas"

No el diseño del trazado, ya sabes, ni el escenario (aunque los entornos tropicales vistos hasta ahora están llenos de destellos nostálgicos de Sega en sus cascadas, palmeras y cielos cristalinos). Se trata de la propia carretera en sí: una superficie variable y caprichosa que en el transcurso de una vuelta cambia desde un polvo endurecido y áspero hasta un lodo pegajoso y húmedo, y desde las lagunas hasta las más negras y profundas ciénagas. En el transcurso de tres vueltas, este protagonista cambiará de manera espectacular. Racing Studio ha concentrado la mayor parte de su esfuerzo tecnológico en la deformación de las superficies, y los neumáticos de los coches esculpen profundos surcos en el barro que permanecen durante toda la carrera. Vuelta tras vuelta, esto aumenta tanto la dificultad como la oportunidad, ya que la carretera llega a convertirse en un lodazal peligrosamente lleno de baches, pero los neumáticos de tus contrincantes te permiten ir por una superficie más seca, con más agarre, si logras seguir su estela.

Wilday explica: "La conducción de todoterrenos gira en torno a la idea de que la pista está siempre cambiando. Cuando vuelves a empezar el recorrido la segunda vez, es diferente. Es uno de sus atractivos frente al asfalto, donde recorrer dos vueltas implica exactamente la misma experiencia. Lo hemos hablado mucho, lo hemos tenido en mente durante varias generaciones de consola y es la primera vez que es posible que funcione. Fueron las posibilidades de la jugabilidad lo que más me entusiasmó. Es genial: tercera vuelta, lideras la carrera, es la más complicada. Tienes que concentrarte".

Desde luego que convence en la demo; aunque un juego así no se puede evaluar sin conducir, me creo que también será convincente y dotará a *Sega Rally* de una dinámica apasionante y sutil tanto en carrera como en contrarreloj. Pero, aspectos deslumbrantes aparte, la deformación de la superficie de la pista es la única característica distintiva en lo que parece ser un *arcade* de carreras depurado que regresa a sus orígenes.

***Sega Rally* ofrecerá** carreras de seis coches en ocho escenarios, sobre coches actuales WRC (de tracción a dos o a las cuatro ruedas), clásicos y vehículos de bonus. El campeonato para un jugador se centrará exclusivamente en correr contra la IA, y es, según la opinión del propio Wilday, "la principal forma de desbloquear nuevas pistas y coches... pero en el fondo se trata de un juego de carreras multijugador. En el modo *online* es donde va a ser realmente especial". Y sugiere que habrá más variación en los modos de carrera multijugador.

En cuanto a la configuración de los coches, el equipo de Wilday rechaza la idea de que *Sega Rally* debería incluir algo de *tuning* o mejoras, pero sí hay tres variantes de cada vehículo: de carretera, de rally y todoterreno. Es decir, aptos para superficies duras rápidas y lentas; preparado para grava con algo de barro; y para terreno de dificultad extrema con suspensión de prime-



El énfasis está en las carreras pequeñas en las que ves siempre a tus oponentes, y si eso significa introducir IA para que te alcancen y hasta hagan trampa, pues que así sea, según Wilday. "Yo creo que es importante conseguir esa competición directa, y no me parece malo que introduzcas elementos para asegurarte de que va a ocurrir".





Al decirle a Wilday (abajo) que en el corazón de Sega están las palmeras y cielos azules, se ríe y define los juegos de Sega como "el sentimiento de que será un gran día en este mundo, en este lugar".



ra, pero mas peso y menos velocidad. Se están utilizando distintas superficies en cada pista, así que no necesariamente hay una variante favorita, depende de tus preferencias y tu estilo de conducción. Wilday lo confirma: "Por eso no creo que hagamos nunca una etapa de asfalto. Vamos a diseñar todos nuestros recorridos partiendo de la base de que, si eres bueno en el tipo de coche que has escogido, puedes ganar".

Como sucede con la deformación de superficies, es una mecánica sencilla y sólida que combina la capacidad del hardware actual para el realismo físico con una inmediatez visceral. Pero, por más que a los puristas les encante que el Sega Racing Studio no se despegue de las raíces de *Sega Rally* en los *arcade* multijugador, deja el juego en desventaja en lo que será una lucha en el barro entre la nueva generación de títulos de carreras campo a través. No posee ni la vertiginosa amplitud ni el detallismo físico de *DIRT: Colin McRae Off-Road,* ni el impactante lucha teatral de *MotorStorm,* y llegará a las tiendas el invierno que viene, mucho más tarde que los dos. También parece pasado de moda al lado de la ingenuidad estructural y del diseño de rivales más lejanos como *Test Drive Unlimited.* Puede









que el Racing Studio haya tomado decisiones inteligentes, pero ¿puede Sega venderlas?

Wilday reconoce: "Existe cierto nivel de expectación, tienes razón. El contenido y los personajes tienden a reinventarse, y cada nuevo título tiene que ser más grande y mejor". Pero cree que las preferencias del público se están orientando hacia el placer rápido de los buenos tiempos de Sega. "Según la investigación que hemos realizado en los consumidores, la gente no juega durante el mismo tiempo que antes, y, de hecho, está jugando de una forma diferente a la tradicional. Las expectativas ahora son distintas, los juegos con los que van a jugar y divertirse van a tener que ser más accesibles y rápidos de cargar. Competir, correr y divertirse *online* con tus amigos. Esto parece ser lo que quiere esta generación de jugadores. Creo que el mercado está cambiando de manera profunda, y nuestra esperanza es que, en vez de parecer retro, esto

"El mercado está cambiando, y esperamos triunfar porque el juego responde a lo que el mercado pide"

SEGA RALLY 2
SEGA RALLY
CHAMPIONSHIP

Todos esos fans no pueden estar equivocados

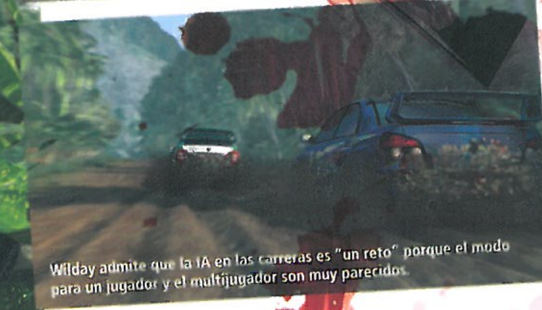
El *Sega Rally Championship* original es "el juego arcade de más éxito que jamás haya desarrollado Sega, desde una perspectiva comercial", sostiene Wilday. Esto no es una proeza, considerando el historial de sus camaradas; pero el mejor cumplido que puedes hacer es que, tras 12 años, los cachorros de *Sega Rally* todavía están entre los preferidos *arcade* en todo el mundo, y ganan dinero. "Tuvimos problemas en conseguir una máquina para el estudio. Hablamos con la división de juegos *arcade* y tuvieron que salir para encontrar una. Cuando la trajeron, dijeron que deberíamos comprobar las cifras de caja: podría haber ganado fácilmente 700.000 euros". ¿Cómo puede ser que tuviera tanto éxito? "Es sólo una diversión para jugar, e incluso si pierdes sientes que podrías haber ganado, no te sientes engañado. Yo creo que es precisamente un juego bien equilibrado".











Wilday admite que la IA en las carreras es "un reto" porque el modo para un jugador y el multijugador son muy parecidos.

sea en realidad un éxito porque responde a lo que el mercado demanda ahora".

Lo que quiere el mercado ahora es algo que preocupa al Sega Racing Studio. La nueva organización, que consiste en un equipo de 50 personas, nació oficialmente en abril del año pasado, fruto de la voluntad de la compañía por expandirse en los mercados occidentales que le llevó a comprar Sports Interactive –*Football Manager*– y The Creative Assembly –*Total War*–. "Creo que fue un reconocimiento de que, para atraer a mercados occidentales, los juegos tienen que estar desarrollados aquí", interpreta Wilday. La diferencia es, claro, que el suyo es un estudio nuevo, y que proporciona la unión perdida con Japón y el rico patrimonio de Sega.

¿Por qué fundar un estudio en vez de comprar uno de los muchos especialistas en carreras del Reino Unido? Asevera: "Estoy seguro de que estuvieron buscando, pero teníamos la oportunidad de hacer algo nuevo. Nosotros estábamos extrayendo talento desde una gran cantidad de estudios", y recuerda nombres como Rockstar, Rare, North, Codemasters o Climax. No hubo que pensar mucho en si establecerla en Gran Bretaña –lugar natal de *Project Gotham, Burnout, Colin McRae* y *MotoGP*– : "Los títulos de carreras del Reino Unido son, en mi opinión, los mejores del mundo. Hay mucho talento aquí, mucha experiencia de categoría. Es algo, obviamente, que está en la sangre de este país".

La parte dura ha sido, y será, moldear la mentalidad y materializar la voluntad de hacer juegos en Occidente, para occidentales, pero con la estética, los principios y los títulos de Sega, y hacerlo de manera lógica. Wilday admite: "Ha sido difícil. Para la nueva generación de consolas es mucho más fácil hacer un juego realista que hacer uno con clase, si es que eso es posible. Conseguimos enseguida que la tecnología lograra el realismo, y hemos dedicado probablemente el mismo tiempo a lograr que tuviera la apariencia de un juego de nueva generación Sega y que pareciera real. Es algo que no previmos en su momento".

Sobre sus próximos retos, Wilday dice que la competencia de su estudio es tan amplia como su nombre y no excluye nada, desde quitar *OutRun* a AM2 ("Nunca digas nunca"), hasta desarrollar un simulador para jugones ("En absoluto lo descartaría"), o actualizar *Daytona* ("Al que, como muchos en el estudio, le tengo un gran cariño, así que... ya veremos"). "Estamos planificando desarrollar más de un juego en el estudio en cualquier momento", añade, y el estudio ya está pensando en su segundo juego... un título original. "Es totalmente diferente", anticipa. "Espero hablar con EDGE sobre él porque va a ser un poquito especial".









Los coches WRC actuales y recientes que se han visto en acción hasta ahora son: Subaru Impreza, Citroën Xsara, Mitsubishi Evo, Peugeot 206, Ford Focus y Skoda Fabia. También hay una demo del Toyota Celica y el Lancia Delta del primer *Sega Rally* recorriendo la pista. Hay apuestas de que en el juego final aparecerán como invencibles.

EL HOMBRE DE ACERO

Dave Perry dirige tres empresas y cinco MMO, y lanza un concurso de diseño de juegos mundial. Todo a la vez



Cinco años después vender su estudio, Shiny, a Atari (que después lo ha vendido a su vez a Foundation 9), **Dave Perry** parece dispuesto a pelear en todos los frentes de la actual industria de los videojuegos, desde el diseño de juegos (todos sus nuevos proyectos son títulos *online* multijugador masivos [MMO] sin suscripción: tres están aún pendientes de anunciarse, el juego de rol *2Moons* y el de acción rítmica *Dance! Online*), hasta las carreras profesionales de los desarrolladores (con su concurso Top Secret, basado en Operación Triunfo), pasando por la planificación y financiación del desarrollo en sí (con sus empresas Game Consultants, Game Investors y Game Industry Map). ¿Qué aspecto tendrá el nuevo mundo feliz del videojuego que tiene Perry en la cabeza?

Has dicho alguna vez que un viaje a Oriente cambió tu carrera profesional. ¿Qué fue lo que encontraste allí?

Es fascinante, porque hay muchísimo que aprender de aquel mercado. Allí todos los juegos son gratis. Ni siquiera hay anuncios en el juego; recurren a la venta de elementos dentro del juego. Y aprendes sobre la psicología de la venta de elementos, cómo funciona, de qué va todo. Son auténticos maestros en la lógica que te lleva a comprar objetos virtuales. Ahora estoy haciendo un juego en el que puedes casarte. Pongamos que conoces a una chica y os lleváis realmente bien y decides, sólo por divertirte, casarte en el juego: ¿le comprarás el anillo barato, el bonito o el que lleva un enorme diamante engarzado? Y la psicología aquí es interesante, porque la gente, ante esa tesitura, tiene que sentarse y pensarlo. Y tú dices: "Venga ya, es sólo un gráfico, simples mapas de texturas tridimensionales, y no nos cuesta nada hacerlos", pero ya sabes, cuestan distinto porque es lo adecuado. Y eso es lo que hacen en Asia. Han comprendido cómo lograr que el juego sea gratis, y eso es lo que me encanta de todo eso. No necesito 20 millones de euros para lanzar el juego, y podemos experimentar con las ideas más absurdas y locas, y sigue siendo perfectamente aceptable.

¿Qué debe tener un videojuego para conquistar mercados nuevos, un nuevo modelo financiero o un estilo nuevo?

La clave, y quisiera ser superclaro al respecto, es que todo gira en torno a la comunidad. Cuando yo empecé a hacer juegos era tu juego y tú lo hacías todo, pero ahora es el equipo el que crea el juego y no tú, y lo que tú haces es conducir el timón de un gran barco con la esperanza de que acabarás llevándolo a un punto cuanto menos cercano a la isla a la que querías dirigirte. Pero ahora se ha llegado incluso más lejos. Yo creo que estamos más allá del equipo. Hoy día, lo que hacemos es encargarnos de la comunidad. Son una gente increíblemente inteligente. ¿Has oído hablar de la mente-colmena? Tienes ahí a todos esos cerebritos repletos de ideas e interactúan, y el resultado es muy potente. Esa es la filosofía tras el proyecto Top Secret que estamos a punto de anunciar. ¿Has visto Operación Triunfo? La idea es que puedes pasar de ser alguien que quiere formar parte de la industria musical a tener el álbum número uno de la noche al día. Le he dado vueltas a cómo aplicar ese concepto al negocio del videojuego, igual que mucha otra gente, y es tentadora la idea de dejar que la comunidad desarrolle un juego por sí misma. ¿Has oído la expresión "contenido creado por el usuario"? Significa: "Dejémosles cambiar los avatares". No, yo digo otra cosa, algo como "hagamos el juego juntos". Nadie lo hace porque es muy caro y muy arriesgado y supone mucho trabajo de gestión de y coordinación de los miles de conversaciones que podría generar, pero he decidido hacerlo. Y el premio será para la persona que yo considere que me ayuda más.

Voy a ofrecer a los participantes algo que nadie de esta industria les ha ofrecido jamás: un equipo y la garantía de que van a producirles un MMO. Eso significa que no voy a decir "hazlo" y abandonarles, sino que voy a ayudarles, a asegurarme de que lo comercialicen y de que reciban todos los recursos que necesiten. Pero ellos serán los directores, cobrarán los royalties y pasarán a ser los máximos responsables, sin salir de sus dormitorios. Es simplemente una nueva manera de concebir el contenido creado por los usuarios, pero no hay ningún manual que pueda decirme cómo se organiza esto: tendremos que descubrirlo sobre la marcha. Cuento con que van a surgir todo género de problemas, va a haber miles de aportaciones creativas con las que jugar: miles de pistas musicales y miles de todo lo demás. Pero lo verdaderamente bueno de este proyecto es que el juego va a ser gratis, lo cual significa que todo el mundo podrá descargarlo, y enseñárselo a sus amigos, y jugar juntos, y decir: "Oye, mira esto y ojo con aquello, yo lo hice así". Y eso está genial: no es como tener que comprar el juego para mostrárselo a alguien. Por otro lado, vamos a conceder los créditos a todos los que de verdad consigan que estén sus aportaciones, de modo que puedan tener un MMO en su currículum. Eso ayudará a un montón de estudiantes.

¿En qué punto está el proyecto?

Estamos francamente avanzados: para el primer juego diré a los participantes qué queremos conseguir, para que tengan una referencia. Pero, a partir de ese punto, el diseño de niveles y la jugabilidad, los personajes, el arte, el audio y todo lo demás dependerá de la comunidad. Va a ser de verdad interesante.

¿El usuario siempre tiene razón?

No, existe una necesidad de contar con un director. Tiene que haber alguien que filtre el millón de ideas que surgen. Pero ¿son buenas



ideas, o el juego será una porquería si sigues sus sugerencias? En absoluto: es una locura dudarlo siquiera. Por ejemplo, para el juego de baile, yo soy el director, y me dicen: "¿Podrías enviarnos los trajes que te gustaría que llevaran?", y pienso: "¿Los trajes? Necesitaremos como unos 500, ¿no?", y de pronto me pregunto: "¿Y de dónde saco yo 500 trajes? Creo que tengo buen gusto, pero es el mío propio, no el de los demás, así que ¿cómo lo hago?". Y entonces me dicen: "¿Por qué no preguntamos a los jugadores?". En primer lugar, me facilita un poco el trabajo, y, en segundo lugar, seremos los primeros en hacerlo. Podríamos ser los pioneros en equivocarnos al hacerlo, incluso en equivocarnos mucho. Para mí esto es muy interesante, porque llevo mucho tiempo inmerso en el mundo de las consolas, en el que no tienes ninguna conexión, en realidad, con los consumidores. Sólo en los tests consigues decirle "hola" a alguien, pero en general no tienes un vínculo real con el jugador. Y esto se trata de una relación absolutamente distinta.

> **"Es lo que los distribuidores no quieren, pero lo que los desarrolladores necesitan, porque les da más margen de maniobra, más dinero"**

Otro proyecto, Game Investors, creará una nueva relación entre los desarrolladores y la financiación. ¿Cómo surgió la idea?

Vi que había desarrolladores muy frustrados: algunos con un talento de primerísimo nivel. Entre los diez mejores diseñadores a nivel mundial había varios desesperados con el modelo actual de distribución, porque, cuando vas a ver a un distribuidor, éste te pide demasiado a cambio. En resumidas cuentas, te vienen a decir que quieren ser los dueños de lo que tú vas a crear. Algunos son incluso lo suficientemente descarados para decirte que se quedarán con una parte de tu empresa. Muchos te piden los derechos para el próximo juego que hagas. Y así resulta que, en realidad, te exigen todo lo que se les ocurre. Para ser sincero, si son los únicos con los que puedes hablar, acabas firmando. Pasa como con los acuerdos de grabación. La gente está tan desesperada por ser artista que firma cualquier papel que le pongas delante, y más tarde descubre que lo que han aceptado es una charla muy divertida en la que tú te esfuerzas y vendes tu compañía al distribuidor, y en un momento dado el distribuidor te pregunta: "¿Qué propiedades tienes?". Y tú respondes: "Bueno, nada, porque vosotros ya lo tenéis todo", a lo que ellos te dicen: "Ah, entonces no podemos ofrecerte nada por tu empresa". Y tú te quedas perplejo: "¿Cómo? ¿Habláis en serio? He estado dejándome la piel por vosotros", y ellos te sentencian con algo como: "Ya, pero eso no tiene ningún valor". Así que te quedas sólo con las sillas y las mesas. La verdadera pasta en el mundo del desarrollo está en intentar encontrar la forma de conservar tu propiedad intelectual. Vi una oportunidad para que los inversores no sólo ayudaran, sino que cambiaran el modelo de la propiedad en la industria. Es lo que los distribuidores no quieren, pero lo que necesitan los desarrolladores, porque les da más margen de maniobra, más dinero. Confío en que, con el tiempo, los desarrolladores sean más creativos que los distribuidores, porque los primeros se gastarán su dinero apostando por riesgos en los que creen. La clave está en los inversores, su principal objetivo es ayudar a que tu compañía aumente su valor, y para hacerlo hay que mantener el control de la propiedad intelectual, y te financiarán para que lo consigas, y si facturas 150 millones de euros en ventas, ellos tendrán sus beneficios. No existe ninguna empresa en el mundo que ofrezca este servicio: tampoco hay manual que pueda seguir; estoy poniendo en pie una empresa partiendo del cero más absoluto. Se llama Game Investors y se va a lanzar justo después de la GDC (Game Developers Conference), y tiene la complejidad de eBay. Pero la idea en eBay es que tú hagas la venta y ya está, mientras que en Game Investors haces la apuesta y cuando la venta está hecha pasas por una serie de contratos y trámites, y sigues el rastro de los momentos clave. Lo mejor de todo en Game Investors es que, si un inversor quiere usar nuestra compañía, tiene que pagar parte por adelantado. No se vuelve a tocar su cuenta hasta que se alcanza un momento pactado del desarrollo, y cuando se alcanza el segundo



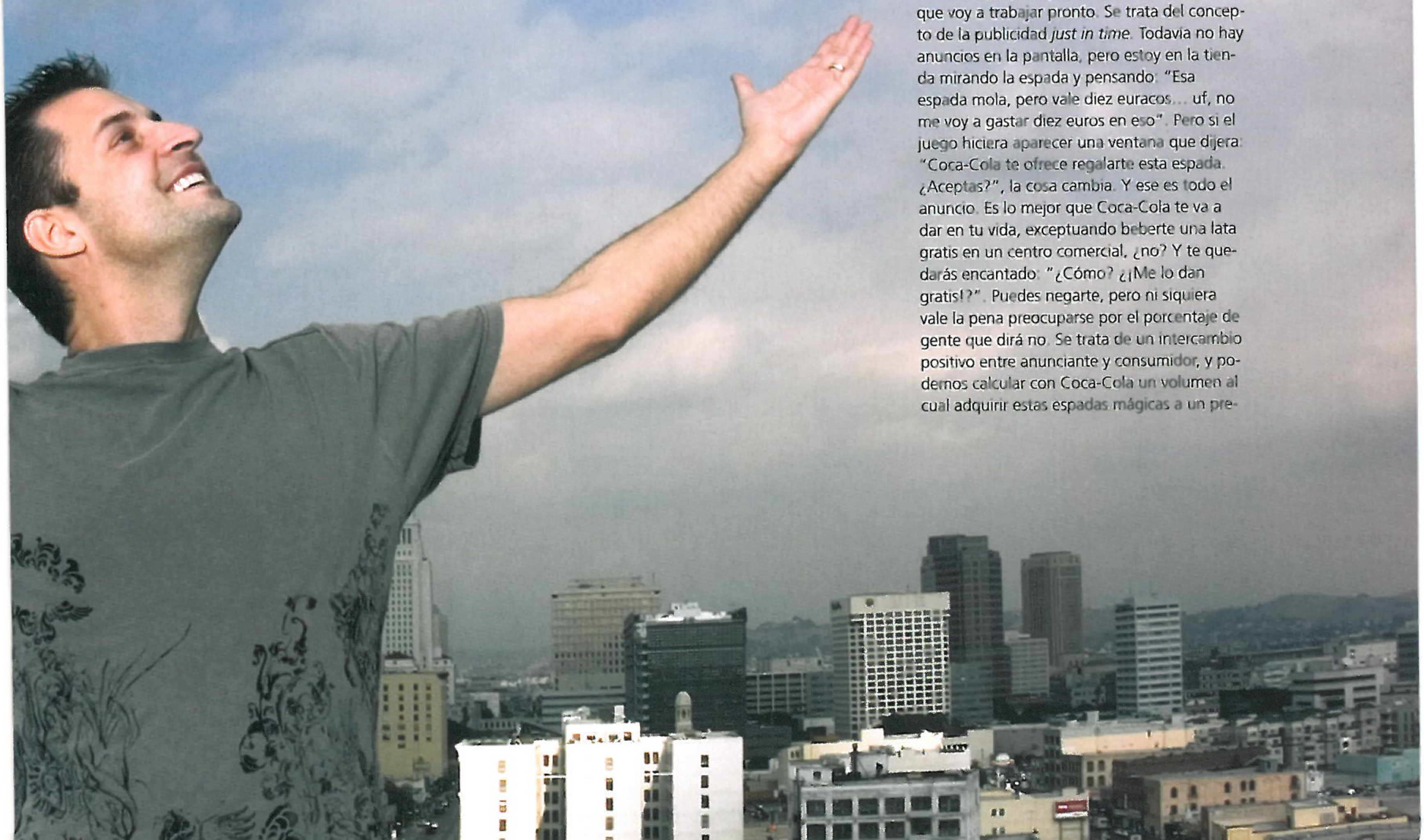
Fotografía: Suzanne Bene

momento pactado, el trabajo pasa al desarrollador. Habla de esto con tres o cuatro desarrolladores sobre esto, y verás la enorme trascendencia que tiene. Digamos que tienes un proyecto de un juego y necesitas un millón de euros, te registras y tu inversor dice: "Te daré medio millón". Sólo necesitas medio millón más. Puedes decidir con cuántos inversores estás dispuesto a trabajar. Podrías decir: "Mira, no quiero trabajar con más de uno, así que que se olvide ese tipo del medio millón". O puedes pensar que es aceptable trabajar con tres. Tres es algo muy normal en la industria. Lo bueno es que cuando los otros inversores ven que alguien ha puesto ya medio millón, probablemente piensen: "Esto tiene buena pinta". Por otra parte, si dicen algo como "Esto me gusta, pero no estoy seguro", pueden pulsar un botón para enviar a un equipo de expertos en diseño de juegos a esa empresa: pueden subirse a un avión e ir a verlos, y hacer un análisis, sólo para ese inversor. Volverán y entregarán al inversor un informe privado que le de la confianza para saber si disparar el gatillo de la pasta o no.

La gracia está en que conseguiremos incrementar el valor de algunos desarrolladores y en que, además, les daremos contratos estándar para que puedan tener la referencia de qué es un buen contrato. No queremos que nadie se pille los dedos. Yo no quiero que los inversores vengan y se carguen a un desarrollador, ni que el desarrollador se aproveche del inversor, y el inversor no vuelva nunca. Nada de eso va a suceder, porque vamos a tener muchísimo cuidado con el lado económico. Entendemos las necesidades del desarrollador, pero también las del inversor.

Volviendo a la publicidad dentro del juego, ¿crees que hay siempre solución, o que hay proyectos que no son adecuados?
No, pienso que habrá múltiples soluciones. Realicé una encuesta sobre este tema porque me interesaba qué pensaban los usuarios, y el 97 por ciento estaba de acuerdo conmigo, de manera que estoy convencido de que la publicidad es aceptable para el público occidental siempre que se le ofrezca algo a cambio. Venderle un juego por 50 euros y que esté de anuncios hasta arriba y hasta de *spyware* es como escupirle en la cara. Otra cosa es si se lo dices, que es lo que hice yo en nuestro juego *2Moons*, donde la publicidad puede desactivarse. Si de verdad te supone un problema la publi, pues la quitas. Puedes desactivar nuestra fuente de ingresos, pero para nosotros está bien, porque no queremos que alguien nos ponga verdes en internet. Quiero que vaya a los chats y diga: "Ésta es la compañía más guapa del mundo. Odio la publicidad y ellos no me obligan a soportarla". Por otro lado, si alguien la activa... ¿por qué iba a activarla? La encuesta que hicimos era que, si se pudiera eliminar la publi, quién lo haría. ¿Imaginas qué dijeron las estadísticas? Que el cien por cien. Y nos quedamos pensando: "Dios mío. Todos los juegos que estamos haciendo ahora mismo van directos al cuello de la gente". Y no es bueno para los anunciantes saber que van directos a gente que no los quiere. Así que, a continuación, realizamos otra encuesta: si tuvieras un botón para saltarte los anuncios de la tele, ¿lo usarías? La respuesta fue: "Por supuesto. Odio los anuncios en la tele". Así que la pregunta es: si tuvieras ese botón, pero si cuando vieras los anuncios todas tus pelis y programas *pay-per-view* fueran gratis, ¿los verías? Y ahí es donde conseguí la respuesta del 97 por ciento. Suena como un "desde luego". Lo más valioso para un jugador es un juego de MMORPG (Massive Multiplayer Online Rol Playing Game) es la experiencia, así que si duplicas tus puntos de experiencia si la publicidad está activada, ¿cuántos la desactivarán? Y el 97 por ciento dice que no. Pero si yo dijera que te daré unos pantalones verdes a cambio, seguramente aceptaría sólo el 1 por cien (sería el único tío del mundo al que le gustan los pantalones verdes).

Otro ejemplo, que es también algo en lo que voy a trabajar pronto. Se trata del concepto de la publicidad *just in time*. Todavía no hay anuncios en la pantalla, pero estoy en la tienda mirando la espada y pensando: "Esa espada mola, pero vale diez euracos... uf, no me voy a gastar diez euros en eso". Pero si el juego hiciera aparecer una ventana que dijera: "Coca-Cola te ofrece regalarte esta espada. ¿Aceptas?", la cosa cambia. Y ese es todo el anuncio. Es lo mejor que Coca-Cola te va a dar en tu vida, exceptuando beberte una lata gratis en un centro comercial, ¿no? Y te quedarás encantado: "¿Cómo? ¿¡Me lo dan gratis!?". Puedes negarte, pero ni siquiera vale la pena preocuparse por el porcentaje de gente que dirá no. Se trata de un intercambio positivo entre anunciante y consumidor, y podemos calcular con Coca-Cola un volumen al cual adquirir estas espadas mágicas a un pre-



cio ridículamente bajo, puesto que son activos virtuales. Podemos conseguir un impacto buenísimo sobre los consumidores. Quiero que la gente de publicidad empiece a pensar sobre este tipo de ideas, que vayan más allá de las ideas convencionales y más trilladas. Porque insistir en lo que ya se ha hecho es justo seguir la dirección equivocada. Es como si yo dijera: "Mi pantalla se carga en sólo diez segundos, pero voy a hacer que tarde tres minutos, porque de ese modo haré mucho más dinero". Es sencillamente ridículo.

¿Cuáles son las ideas equivocadas que la industria tiene sobre sí misma?

Hay dos. Creo que el público es potencialmente mucho mayor de lo que creemos. La comunidad de inversores, por ejemplo, se emociona mucho cuando oye que *WOW* cuenta con ocho millones de jugadores. Pero luego tienes que considerar que *America's Army*, que es un título gratuito, también tiene ocho millones de jugadores. Pero es que el público de ambos títulos es muy específico. Espero que alguien llegue al punto de lograr que no haya que pagar para jugar a *WOW*, que sea totalmente gratis, pero no para un público que sigue siendo intrínsecamente reducido... sino para una base de jugadores más amplia. Va a haber gente, quizá gente nueva que piensa de manera distinta a como lo hacemos nosotros, o acaso los veteranos, que estudien la cuestión y consigan algún híbrido genial. Yo busco un juego que no sea de nicho, sino que atraiga a 20 millones de personas: cuando alguien consiga eso, la percepción que todo el mundo tiene sobre la industria de los juegos cambiará de manera



radical. Y para siempre. La sensación será: "Oh, cielos, esta industria está loca". Pero la pregunta que yo haría es, ¿crees que alguien encontrará alguna vez ese juego?

Si eso sucede, ya no será un juego...

Estoy de acuerdo, es una observación muy perspicaz. Me parece que será un entretenimiento interactivo, pero también creo que necesitará diseñadores de interfaz, artistas... y será uno de nuestros equipos el que lo logre, pero no será un juego. Coincido plenamente. Tendrá elementos divertidos o de juego, o quizá aprenderá de los juegos para mantener tu atención, pero estoy convencido de que alguien logrará que funcione la cosa.

Ahora imagina que llevas esto un paso más allá y a los mundos de los juegos, y cierras los detalles con esa gente y traes todo ese contenido al mundo del juego también, de modo que puedas experimentarlo en prácticamente cualquier lugar del planeta: no tienes que coger el coche y conducir hasta el teatro, puedes reunirte con tus mejores amigos en línea y pasear el estadio de Wembley –por su versión virtual– para ver el concierto que sea. James Blunt actúa hoy aquí, pero en Berlín ahora mismo está Cher. ¿Quieres ir al estadio de escribir un artículo en la revista *Business Week* en el que decía: "Vamos a alcanzar muy pronto un punto en el que cuando entres en una habitación no podrás estar seguro de si alguien está viendo la Superbowl o jugando a la Superbowl. No estará nada claro". Y esto me parece fantástico. Con unas buenas voces de los comentaristas, las luces y las sombras, la recreación del público, la física de la pelota, y todo lo demás. En algún momento nos veremos inmersos en esa situación. Pero la pregunta clave, la importante de verdad es ¿cuántos de esos juegos quieres después de haberlo probado? Ya sabes, yo he experimentado eso ya, era genial, era estupendo, era *Madden 2015*. No importa de qué año se trate: ya lo hemos probado. ¿Quiero ahora *Madden 2016*? Entonces es cuando pienso que vamos a cansarnos de esto muy rápido, y a continuación nos dirigimos hacia lo que considero un cambio radical de vida, un mundo de fantasía donde (y en el que, de cierta manera, ya hemos estado) haya gente que practique deportes que no existen, pero que sean verdaderos deportes. Así, surgirá un nuevo tipo de beisbol que se juegue en equipo desde todo el mundo, que sea realmente divertido de ver porque estará diseñado para

"En el futuro, la imaginación se valorará más, porque no se trata de copiar, sino de tener creatividad, y entender qué motiva a la gente"

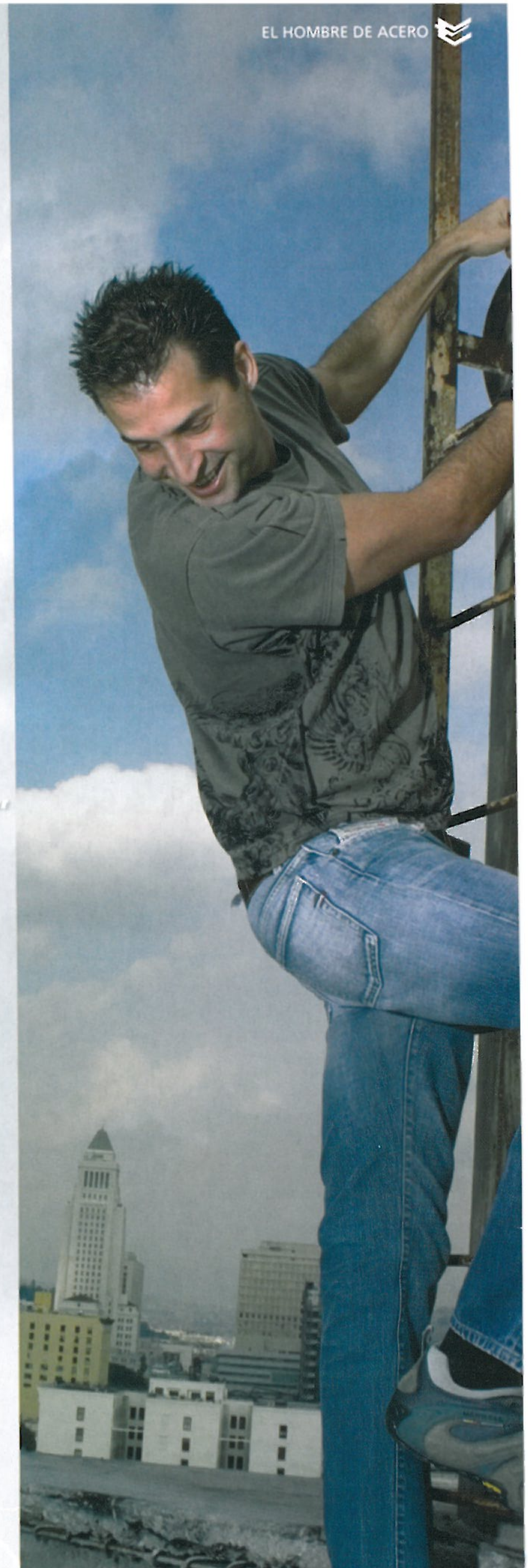


berlinés y ver su actuación en directo? Esas van a ser experiencias que no puedes tener hoy día, y van a ser ese tipo de cosas –si supieras que ir a esos conciertos iba a ser gratis, que sólo tendrías que conectarte a este juego– las que eleven las cifras hasta los 20 millones. Si eres artista puedes ir y montar una galería virtual y hacer que cientos o miles de personas pasen a visitarla. Puedes cambiar tus cuadros cuando quieras, y venderlos. La intersección entre los mundos virtuales y el mundo físico tendrá lugar cuando haya multitud de lugares en un juego en los que puedas comprar un objeto real. Estamos experimentando con esa idea en uno de mis juegos. ¿Va a suceder esto de verdad? No veo cómo evitar que suceda. ¿Traer más contenido valioso a los espacios virtuales? No veo cómo evitarlo. Créeme, hay gente que está trabajando en esto ahora mismo: quizá no en conceptos tan elaborados como los que digo, pero esos son los pasos que vamos a necesitar dar para averiguar cómo lograr que funcione, y creo que sería interesante. Yo lo intentaría. Ya tenemos la tecnología para hacer realidad casi todo ello.

¿Terminaremos atrofiando el deseo humano de explorar lo que nos rodea a base de crear reproducciones tan atractivas?

Esta también es una buena pregunta. Acabo ello –quizá haya participación del público de alguna manera–, y que venga acompañado de nuevos deportes y nuevas cosas. Me encantan los libros de Harry Potter simplemente porque la autora se inventó el *quidditch*. Leí el libro y pensé: "Dios mío, esto es exactamente de lo que yo estoy hablando". Es alguien no se limita a hablar sobre un deporte estúpido, sino intentando de verdad crear reglas para él y convertirlo en un deporte real. Y eso puede llevarse a cabo en un mundo, y de estas ideas el 99 por ciento fracasará, pero alguien dará con un deporte con el que la gente se divierta de verdad. Y ésos se convertirán en los futuros hermanos Wright, los que nos lleven a un nuevo lugar al que nunca antes pensamos que llegaríamos, y, por otro lado, serán capaces de mantener la industria vibrante.

No creo que el futuro sea negativo, pero va a hacer falta un nivel increíble de creatividad. Imaginación, porque (¿te has fijado en que todas las canciones de Disney hablan de la imaginación?) si yo voy ahora a Disneylandia, veo que no son cosas de críos. En el futuro, la imaginación se valorará más, porque no se trata de copiar, sino de tener verdadera creatividad, y de intentar entender qué motiva a la gente y qué la divierte. Y entonces será cuando nosotros, perros viejos, por fin daremos paso a algo nuevo.





ÉRASE UNA VEZ

Una historia que tardó 20 años en escribirse, y un juego que se ha hecho en siete años: BioWare presenta *Dragon Age*



A los videojuegos les encanta la hipérbole. Propician una cultura de exageraciones vacías y adjetivos superlativos deslumbrantes. Esto quiere decir que cuando oyes hablar de "la nueva epopeya de BioWare" tú ya intuyes que se refieren sencillamente a lo que debe de ser "el nuevo juego de BioWare". Pero si te centras en qué es la epopeya, es posible que sea la manera más precisa de describir *Dragon Age*. Se anunció en el E3 de 2004, y el flujo de noticias sobre él se secó desde entonces... lo cual significa un lapso suficientemente largo como para que la mayoría se haya olvidado de su existencia. Y su génesis se retrotrae aún más. En esta historia se han invertido 20 años de trabajo, sumando las de cinco colaboradores, y la evolución del argumento ha obligado incluso a elaborar un motor nuevo. Y ahora que está previsto el lanzamiento para 2007/08, aún tiene que entrar en la fase de producción, mientras termina el exhaustivo proceso de detallar los recorridos, refinar la mecánica y ultimar el guión. EDGE ha pedido a Scott Greig, director del proyecto, que resuma en unas pocas palabras cómo va la confección de este proyecto épico. Claro que... ¿hasta qué punto puede resumirse un proceso tan laborioso?

Greig sintetiza: "Lo hemos venido describiendo hasta ahora como el sucesor espiritual de *Baldur's Gate*. Lo que queríamos era capturar esa sensación de aventura que teníamos originalmente, pero actualizándola y adaptándola a una nueva generación". Y cuando comenzaron a sumarse al nuevo proyecto anti-

TÍTULO: **DRAGON AGE**
PLATAFORMA: **PC**
DISTRIBUCIÓN: **SIN CONFIRMAR**
ESTUDIO: **BIOWARE**
ORIGEN: **CANADÁ**
LANZAMIENTO: **2007/08**

guos componentes del equipo original de diseño y programación de *Baldur's Gate*, comenzó a tomar forma *Dragon Age*. Como en cualquier título épico que se precie, muy pronto se produjo un revés: "Cuando analizamos lo que queríamos conseguir con el juego pensamos que, en fin, que la tecnología todavía no nos lo permitía. Por eso hemos permanecido en silencio durante algún tiempo. Hemos estado preparando la tecnología y al mismo tiempo desarrollando el mundo que la acompaña". ¿Y qué razón llevó a realizar aquel más bien prematuro debut del juego en el E3?: "En aquella época estábamos planeando anunciar *Mass Effect*, y acababa de salir *Jade Empire*, y queríamos asegurarnos de que los aficionados a los juegos para PC sabían que estábamos trabajando en un nuevo título".

¿Y qué hay de la tecnología y del equipo que ha estado trabajando con ella? "Nosotros vemos estos juegos no tanto como juegos de rol, sino como aventuras basadas en una historia, o juegos de guión, y no pensábamos que unos actores digitales consiguieran trasladar con éxito el tipo de emociones que queríamos generar. En el *Baldur's Gate* original tenías sólo un canal de comunicación: las palabras. Si querías ver que un personaje estaba enfadado, tenías que escribir para él palabras de ira, escribir: '¡No, maldición!' o algo por el estilo.

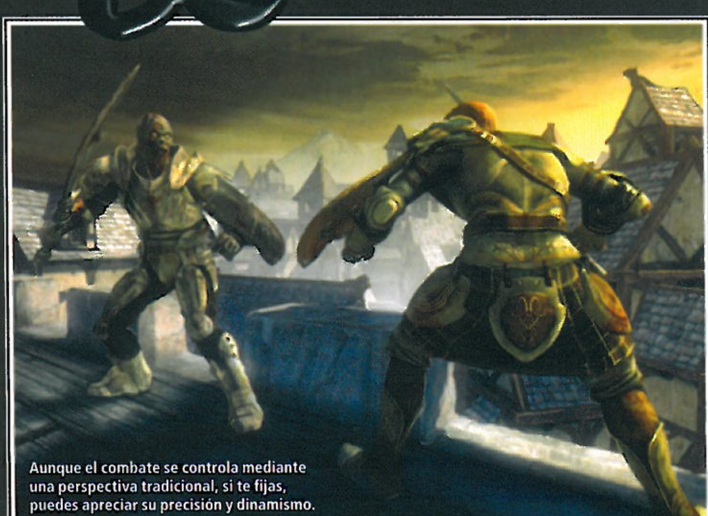

Como cabe esperar de un título de BioWare, Greig promete la verdadera sensación de que tus actos y elecciones tendrán consecuencias.


El diseño de los monstruos es más ambicioso, y más variado, de lo que a primera vista podrían sugerir ciertos enanos y dragones.

Luego, con *KotOR*, teníamos un segundo nivel, la voz. Podías expresar palabras de ira y jugar con la inflexión de la voz. Y ahora hemos llevado a un nuevo nivel con *Mass Effect* y *Dragon Age*, en los que puedes hacer que el actor digital mire a la cámara y gesticule y juegue con su expresión facial, sin decir una sola palabra. Así que ahora poseemos tres canales de comunicación y depende de los escritores, los diseñadores y los artistas decidir cuál es el método más efectivo. Esa era una de las tecnologías que queríamos asegurarnos de que podríamos usar: los actores digitales y su capacidad de transmitir emoción al jugador".

Esa emoción debe alcanzar una alta temperatura merced a la ambientación verdaderamente épica de *Dragon Age*: "Nuestros diseñadores han ensamblado una historia del mundo que retrocede 5.000 años y queríamos cerciorarnos de que todos los elementos del mundo tuvieran sentido. Hemos tenido a un equipo de cinco personas trabajando en el mundo unos cuatro años; le hemos dedicado un volumen impresionante de trabajo".

Saber todo eso despierta el apetito, pero ¿cómo se ha plasmado esta epopeya? ¿Cómo es un mundo que se tarda 20 años en imaginar y crear? Greig toma aire de manera prometedora, pero enseguida se corrige a sí mismo y se defiende: "No, el guionista me ha amenazado con que si revelo algún aspecto del guión en la fase actual... bueno, sus amenazas fueron suficientemente convincentes como para que de momento no adelante nada". ¿Sería mucho imaginar que habrá dragones en acción? Greig se ablanda un poquito. "Vale, hay dragones. El nombre *Dragon Age* se refiere en realidad a la época en que está


Aunque el combate se controla mediante una perspectiva tradicional, si te fijas, puedes apreciar su precisión y dinamismo.

ambientado el mundo. Queríamos conseguir la sensación de que es un pedazo de historia que cobra vida, un poco como la era de las leyendas y los héroes. Pero en cuanto a la ambientación del mundo... uno de nuestros diseñadores propuso llamarlo 'fantasía heroica oscura', porque estamos tomando elementos de la fantasía: magia, dragones, héroes y villanos, y un montón de elementos fantásticos. Son como elementos de terror; los monstruos son aterradores, con tal realismo que asusta. Responden a una sensibilidad mucho más madura de lo que hemos hecho en el pasado".

Magia, dragones, héroes y horrores. ¿De veras no puedes dar ninguna pista en absoluto? Greig se ríe. "Ojalá pudiera entrar en un montón de detalles, pero sobre la historia en sí... cada vez que digo algo sobre la historia la gente siempre actúa como: 'Vaya, no sabía que pudieras hacer algo así', y a continuación: '¡la verdad es que es alucinante!'. Tienes que darte cuenta de que nuestro público, básicamente, está haciéndose mayor. La edad media se encuentra en los veintitantos y casi en los treintaitantos, y los propios seguidores piden más sofisticación, tanto en el guión como en la ambientación. Apuntamos a algo más bien del estilo de la nueva *Battlestar Galactica*. Si el material fantasioso más tradicional era al estilo *Battlestar Galactica* de los años 70, nosotros estamos intentando que *Dragon Age* se perciba como una versión más actual. Todos los elementos

"Los monstruos tienen tal realismo que asusta. Responden a una sensibilidad mucho más madura"

clave están ahí, pero los personajes resultan mucho más realistas, mucho más profundos. Hacen lo que la gente real haría si estuviera en esa situación, y a eso me refiero cuando digo que estamos evocando el género fantástico. Tu fantasía ya ha madurado".

La distinción es interesante: muchas secuelas de juegos se centran exclusivamente en intentar clonar los éxitos de los originales. Otros responden a una idea anterior e intentan actualizarla reflejando las innovaciones que se han visto en los juegos lanzados entretanto. Con *Dragon Age*, BioWare parece estar adoptando una estrategia diferente, y aceptando que el gran número de seguidores de *Baldur's Gate* sigue ahí, pero se ha vuelto mayor, más sabio y más exigente. Pero aunque eso pueda influir sobre la trama, ¿cómo diseñas un juego para unos jugadores que han evolucionado pero cuyos hábitos de juego no lo han hecho? ¿Cómo resultará de familiar la experiencia de juego en *Dragon Age* para los veteranos de *Baldur's Gate?* Greig lo confirma: "Sí, intentamos captar esa misma sensación. Pero hemos aprendido un montón sobre inter-



COMPROMISOS

Durante mucho tiempo BioWare pareció personificar el modelo de estudio único con proyecto único, pero eso ha cambiado con la reciente inversión realizada por Elevation, que financió la formación de BioWare/Pandemic Studios. Con *Dragon Age*, *Mass Effect* y un MMO aún no desvelado en desarrollo en el segundo estudio de BioWare en Texas, así como el anuncio, el año pasado, de una nueva división de juegos para portátiles, la compañía ha empezado a evolucionar deprisa, algo que Greig (en la foto), que fue el primer empleado a tiempo completo de BioWare, analiza: "Comencé en BioWare hace unos 11 años, así que he visto cómo la compañía pasaba de una persona a una plantilla de 300. La gente de fuera dice: 'habéis cambiado un montón en los últimos años'. Yo he asistido al proceso completo y hay un par de cosas que han quedado igual: el compromiso de la casa con los juegos de calidad y con un lugar de trabajo de calidad para los empleados. No importa que ahora tengamos esos nuevos equipos trabajando en proyectos diferentes como ese de Austin, la cuestión es hacer que la gente sienta que tiene un lugar magnífico en el que trabajar, y que la calidad de los juegos no cambie. Una de las claves para que tengamos éxito es que, vayamos donde vayamos y hagamos lo que hagamos en el futuro, todo funcionará si mantenemos con firmeza nuestras convicciones".



Una historia que retrocede 5.000 años explica los escenarios: desde la arquitectura y la tecnología hasta el idioma y la mitología.



Habrá lo que Greig llama “combate con criaturas gigantescas”, que suena como las colosales peleas de *Warrior Within*.

faces de usuario y sobre qué es lo que hace disfrutar de verdad al juador, por lo que el juego estará totalmente al día. El otro aspecto que hemos impulsado es la experiencia del jugador. Si te paras a mirar cómo juega la gente, pasa casi la mitad del tiempo explorando el mundo y hablando con los personajes, y hemos descubierto que la mejor manera de sumergir al jugador es con una cámara situada sobre el hombro, como en *KotOR*. Mientras recorres el juego puedes ver los entornos, los cielos y demás, y engancharte. Y cuando comienza el combate, puedes alejar la cámara para obtener una completa perspectiva táctica, porque vamos a darle una vuelta de tuerca a la mecánica del combate. Vas a poder hacer cosas asombrosas, como combinaciones entre los personajes. Por ejemplo, si uno de los monstruos apresa a un miembro del equipo, envias a otro miembro del equipo para rescatarlo. Lo que hizo que *BG* funcionara era que tenías pleno control sobre los miembros de tu equipo y acababas usando la táctica para resolver los puzzles, de manera que casi todos los combates son como minipuzzles. Hemos trabajado sobre qué técnicas de combinación podrías asociar, cuáles serían la táctica y la estrategia, y el refinamiento de los visuales y la acción. Aspiramos a que el juego sea un poco más veloz y emocionante, pero también a que tenga cierta pausa y capacidad de maniobra, de manera que puedas parar y probar comandos”.

“Los jugadores de un mundo fantástico tienen un personaje con el que les gusta jugar una y otra vez”

Y esos personajes son una parte crucial de *Dragon Age*. Greig prosigue: “Esa es otra cosa que queríamos hacer. Investigamos muchísimo cómo juegan realmente los jugadores con los videojuegos, y resultó que, a diferencia de muchos otros títulos, en los de ambientación fantástica tienen un personaje en particular con el que les gusta jugar una y otra vez. Y no es el mismo para todos los jugadores. Así que lo que hemos hecho ha sido extraer los personajes arquetípicos y los hemos reunido en lo que hemos llamado historias de origen. Últimamente han salido un par de juegos que han investigado en esta opción, pero nuestras historias de origen cubren básicamente los primeros 60-120 minutos, dependiendo de cuánto juegues. Tú decides todo de tu personaje; la personalización es completa, de forma que eliges su raza, su clase, lo habitual, pero luego también su historia de origen. Por ejemplo, si escoges un enano, podrías convertirte en un noble: eres el hijo de un rey enano, o la hija, y te sitúas en el mundo con una aventura de una a dos horas. Lo que queríamos hacer era darte una porción, estrecha pero intensa, de la ambientación del mundo. Así, te sumerges en la historia general, y se establecen eventos personales que afectan a tu recorrido por el juego. Prácticamente todas las historias de origen tienen algún tipo de justo castigo a lo largo del juego, de modo que hay algún gancho en la historia y cada uno es distinto, y te verás abocado a tu castigo a lo largo del juego. Tu historia de origen tiene tres resultados distintos a lo largo del juego. Hayas elegido la historia que hayas elegido, al final vuelves a la ciudad de los enanos. Si escogiste ser un noble enano, eres el hijo del rey y sucedió algo que te obligó a irte, y esto cambia completamente el devenir de la historia para esta parte del juego”.

Existe la clara esperanza de que la fuerza de las historias de origen empuje a los jugadores a volver a jugar: “Queríamos conseguir que los jugadores encuentren suficientes elementos familiares, pero también suficiente profundidad para una exploración intensiva. En esencia, coges una de las tres clases básicas: hechicero, guerrero o pícaro, y aparecen las clases avanzadas, y puedes personalizar totalmente tu personaje. Tras unos cuantos niveles más hay incluso clases más avanzadas entre las que elegir. De modo que hay bastantes combinaciones de clase, y la forma de escoger tus habilidades es lo que te permite una total personalización. Si te gusta jugar como guerrero, pero con capacidades mágicas, o si quieres ser un hechicero que sepa luchar, o si siempre has querido que tu mago llevara espada..., todo eso ya es posible. Es posible reorientar la elección a medida que avanzas, pero una de las cosas en la que nos hemos centrado es en la rejugabilidad. La gente jugará con una y dirá: ‘Vaya, elegí el enano y tenía un montón de detalle. ¿Qué pasará si regreso y juego la historia de origen del hechicero?’. Y con ella hay un ambiente del todo distinto, así que va a haber un amplio margen para rejugabilidad en



cualquier caso. Por otro lado, a medida que recorres el juego, conoces otros personajes y los incorporas a tu equipo, y también puedes actualizar completamente esas clases; podrás experimentar con las distintas clases incluso en tu primera partida".

Ese otro sello distintivo de la experiencia de *Baldur's Gate* –el contenido creado por el usuario– supondrá un regreso. "Desde luego. Tenemos unas herramientas actualizadas; potentes de verdad. Con las herramientas de *Neverwinter* no podías hacer un *mod* malo, pero estabas muy limitado en cuanto a lo que podías hacer. Con el de *Dragon Age* hemos querido que la experiencia sea de verdad la mejor, así que quisimos asegurarnos de que el conjunto de herramientas fuera más potente de lo que habíamos tenido nunca. Los usuarios podrán crear contenido. Nos hemos quedado asombrados con lo que la gente ha logrado hacer con el material de *Neverwinter,* así que nos quedó claro que eran capaces de usar un sistema más potente. Va a ser cómoda para el jugador y a la vez permitirá alcanzar la misma calidad de juego que tenemos nosotros si le dedica el tiempo y el esfuerzo necesarios".

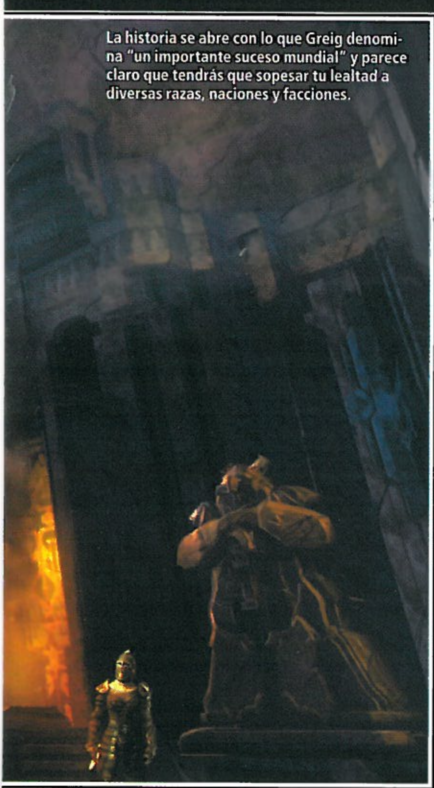
En realidad, el conjunto de herramientas de *NWN* sostiene toda la experiencia de *Dragon Age:* una



El surtido de personajes para elegir será amplio, pues Greig ha observado que no hay consenso sobre qué los hace atractivos.



Greig reconoce deudas de inspiración a las películas de *El Señor de los Anillos* de Peter Jackson y las novelas fantásticas *Juego de Tronos* de GRB Martin.



La historia se abre con lo que Greig denomina "un importante suceso mundial" y parece claro que tendrás que sopesar tu lealtad a diversas razas, naciones y facciones.

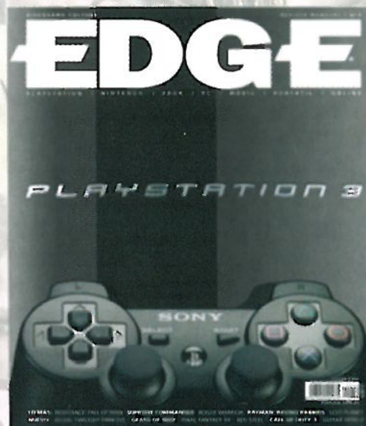
de las razones de una gestación tan larga es que el juego entero ya ha sido creado una vez, como revela Greig: "En efecto, usamos *Neverwinter Nights* como herramienta-prototipo para ambientar la historia actual, y jugar con ella. Tienes que emplear la imaginación muchas veces, ya sabes: 'Imagínate esto, pero que tenga realmente buen aspecto'. Resulta muy interesante que tengas esta larga preproducción en el ciclo, y así todo el contenido llega en poco tiempo. Y podemos hacerlo porque, en realidad, hemos construido la historia actual y hemos podido jugar con ella varias veces, haciendo nuestras mejoras y pruebas sobre ella".

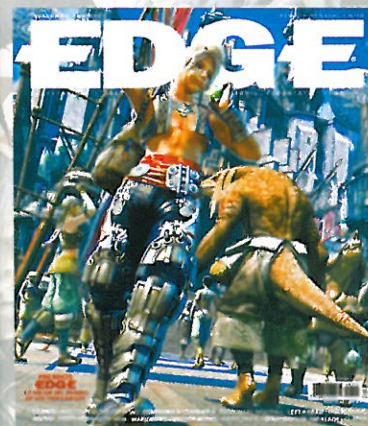
Y esa inversión es decisiva, porque *Dragon Age* es más que un juego: "Se trata evidentemente de un proyecto a largo plazo porque tenemos una tecnología nueva, una propiedad intelectual nueva y, como ya he dicho antes, para nosotros está muy claro que vamos a hacer lo necesario para que no juegues con él a medias, sino que tengas que recorrerlo completamente. Ha habido que dedicar mucho trabajo a la tecnología. En esencia, esta va a ser además la base tecnológica que BioWare va a utilizar en algunos de sus próximos juegos, así que nos ha encantado construir la tecnología de motor para la nueva generación que debe acompañarnos".

Resumiendo: una nueva epopeya de BioWare, que se dedica a estirarse hacia el pasado y levantar los cimientos del futuro. se dibuja sobre las bases de la tradición, pero continúa creciendo con su público. Esto significa que, como el buen título épico que es, implica un riesgo. ¿Le encajará a un público en proceso de maduración más allá del combate a base de clics que parte de la experiencia de *Baldur's Gate*? ¿De qué servirán 5.000 años de historia si los elementos tradicionales del juego se pierden en la cada vez más sobrecargada esfera de la fantasía? Greig se muestra totalmente entusiasmado: "Creo que la gente se quedará sorprendida de lo lejos que hemos llegado con *Dragon Age*".

Suscríbete a EDGE®









4 IMPORTANTES VENTAJAS

1 Recibirás cómodamente cada número en tu domicilio. **2** Podrás pedir el reenvío de cualquier ejemplar extraviado. **3** Podrás interrumpir tu suscripción mediante una simple llamada o carta al departamento de suscripciones. **4** Estarás a cubierto de cualquier subida de precio.

CÓMO SUSCRIBIRTE

- **Por internet** en nuestra web www.glosbuscom.es
- Recorta o fotocopia este boletín, rellénalo con tus datos y envíalo:
  - **Por correo** a Globus Comunicación, S.A. (Dpto. de Suscripciones) C/ Covarrubias, 1. 2º Dcha. 28010 Madrid (España).
  - **Por fax** 91 445 60 03
- Servicio de ATENCIÓN AL SUSCRIPTOR: Tel. 91 446 52 54 y 91 446 52 55 E-mail: suscripciones@globuscom.es
- Utiliza letra de imprenta para rellenar el boletín, eso previene errores.

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN BONIFICADA

Sí, deseo suscribirme a EDGE por un periodo de un año (12 números). Pagaré únicamente 35,40 € en lugar de ~~46,80~~ € aprovechando el descuento especial.

Nombre: ....

Domicilio: .... Nº: .... Piso: .... Puerta: ...... Escalera: ..... Código Postal: ....

Población: .... Provincia .... País: .... Tel: ....

NIF: .... E-mail: ....

FORMA DE PAGO ESPAÑA

☐ Tarjeta VISA nº ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ ☐☐☐☐ ☐ Fecha de caducidad ....

☐ Domiciliación bancaria

DATOS BANCARIOS (si elijo domiciliar)

Titular: ....

Banco/Caja de Ahorros: .... Domicilio oficina: ....

.... C.P. .... Población: .... Provincia: ....

RUEGO ATIENDAN LOS RECIBOS QUE PERIÓDICAMENTE LES PRESENTE **GLOBUS COMUNICACIÓN,S.A.**, EN CONCEPTO DE SUSCRIPCIÓN/RENOVACIÓN A LA REVISTA **EDGE**

CUENTA/LIBRETA

Entidad ☐☐☐☐ Oficina ☐☐☐☐ DC ☐☐ Número de cuenta ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

TARIFA/FORMA DE PAGO EXTRANJERO (12 NÚMEROS)

■ Europa: 85 € ■ Resto del mundo: 91 $USA

☐ Giro postal internacional o talón a nombre de: GLOBUS COMUNICACIÓN, S.A.

☐ Tarjeta VISA Fecha......./......../........

FIRMA DEL TITULAR DE LA CUENTA O TARJETA

El tratamiento informático de tus datos responde a las normas de la Agencia de Protección de Datos y, por lo tanto, puedes acceder a ellos para revisarlos y/o modificarlos. Si no deseas recibir información comercial de otras empresas, marca aquí con una cruz ☐

ED-01012

Nuevo

Todo sobre los últimos juegos que han salido

Los más jugados

Guitar Hero II



¿Cómo saber cuál es de verdad tu juego favorito? Es el primero que desembalas cuando te mudas de casa. Incluso aunque tengas que quitar las cajas de una gran zona.
PS2, ACTIVISION

Rhythm Tengoku



Si no es por la imbecilidad, la inventiva o lo que te hace bailar mientras lo juegas, al menos porque consigue que esperes con impaciencia a los jefes de nivel.
BA, NINTENDO

World of WarCraft



El verdadero juego era ver la determinación con la que se desmoronaba jugador tras jugador, ante la posibilidad de nuevos botines y las maravillas de Terrallende.
MAC/PC, VIVENDI

La teoría de las cuerdas

Desenredando la maraña de juego



Crackdown les da tanta cuerda a sus jugadores que podrían ahorcarse con ella, aunque a un precio elevado.

Pensamos que los juegos están hechos sobre todo de píxeles, mosaicos de luz que evolucionan sin cesar. Pero los juegos como *Crackdown* nos revelan una verdad diferente: están hechos de cuerdas. No es que *Crackdown* tenga poco carrete; al contrario, es un peso pesado de los juegos, robusto y consistente. Pero sirve como ejemplo de aquello a lo que los videojuegos modernos se enfrentan. Ofrece una libertad sin parangón (no hay niveles, misiones, ni restricciones de ningún tipo), pero, por otro lado, al hacer esto deja el otro extremo de la cuerda fuera del alcance de los jugadores. La inevitable consecuencia de esa libertad es que los jugadores deben esforzarse al máximo en utilizar su imaginación y creatividad para llegar a un nivel de desafío que, de otra forma, vendría ya dado si fuese un juego más estructurado.

Pero no sólo es el viejo enfrentamiento entre libertad y estructura lo que nos deja entrever las cuerdas que mantienen la esencia de los juegos. Las inmensas batallas del *Supreme Commander* te dan más detalles y una mejor perspectiva que nunca, pero a su vez te dejan atascado en una pantalla en la que juegas sobre un mapa cargado de iconos que podría haber sido creado hace una década. *Hotel Dusk* es esa gran rareza, un juego que ofrece unos personajes y un argumento que cumplen los requisitos para ser totalmente apetecible, pero que más tarde ese atractivo mina el interés que podrían suscitar los aspectos integrados de los puzzles. *Sims Life Stories* intenta que el título más popular de EA se acerque un poquito más al público mayoritario (algo aterrador), pero en el proceso se arriesga a quitárselo de las manos a su público más fiel.

Es quizá una teoría controvertida, tanto como la teoría de las cuerdas del tiempo, y quizá un tanto pesimista al sugerir que, cuando los juegos intentan hacer más, se encuentran cada vez con más dificultades. Pero quizá estemos llegando a un punto en el que la tecnología es flo suficientemente sofisticada como para dejarnos ver las cuerdas que tejen aquello que conocemos. Y eso puede decirnos más acerca del potencial del medio. Después de todo, ¿podrían pertenecer los juegos a un universo mejor que uno con 11 dimensiones donde no se puede probar que nada esté mal y todo está hecho de medias tintas?

Sistema de puntuación de Edge: 1 = uno, 2 = dos, 3 = tres, 4 = cuatro, 5 = cinco, 6 = seis, 7 = siete, 8 = ocho, 9 = nueve, 10 = diez.





MOTORSTORM

PLATAFORMA: PS3 PRECIO: 59,90 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE DISTRIBUCIÓN: SONY ESPAÑA PRODUCCIÓN: SCEE ESTUDIO: EVOLUTION STUDIOS





Aunque el barro deformable cambia con cada par –o pares– de ruedas que pasan por encima de él, el resultado tiene poco impacto en tu progresión en la carrera.

Resulta peculiar que el lanzamiento europeo de PlayStation 3 vaya a ser el que demuestre de forma más clara las particularidades de la máquina y con qué rapidez vamos a darlas por sentadas. Para los importadores que ya tengan la consola y este título desde hace un par de meses, es fácil olvidar el impacto que *MotorStorm* tiene inicialmente. Para el resto, no lo será.

Primero: belleza. No es fácil cuajar un juego atractivo partiendo de barro, polvo, metal y pegatinas. Más difícil todavía cuando al ser el escenario Monument Valley queda claro que es un mundo monótono; no hay variedad con escenarios tipo jungla, parajes helados o noches repletas de neones. Y, aún así, Evolution ha creado un entorno que puede quitarte el aliento gracias a su disciplina y coherencia. Lo que podía haber sido una mancha emborronada de marrón y azul ha acabado siendo un escenario vibrante y vivo, donde cada pista ofrece un sentido de exploración y espectáculo un momento tras otro.

Segundo: asombro. Lo mejor de las pistas de *MotorStorm* ya ha pasado a la posteridad dentro de los grandes momentos del género de la conducción, pero, la primera vez que saltas por los aires dejando abajo la meseta

Es inolvidable la primera vez que saltas por el aire en la meseta Rockhopper o memorizas los baches de Rain God Mesa



Los modelados de los vehículos tienen una dosis decente de carisma y las *skins* alternativas les aportan diferentes apariencias. Eso sí, tener que esperar unos segundos a que carguen en pantalla es frustrante.



No se puede criticar lo diferente que resulta la conducción de cada tipo de vehículo, pero es raro ver a alguien que no sea un devoto de las motocicletas. El sentido de velocidad, la libertad y las posibilidades extremas de acabar en siniestro total garantizan un clima espectacular al evento.

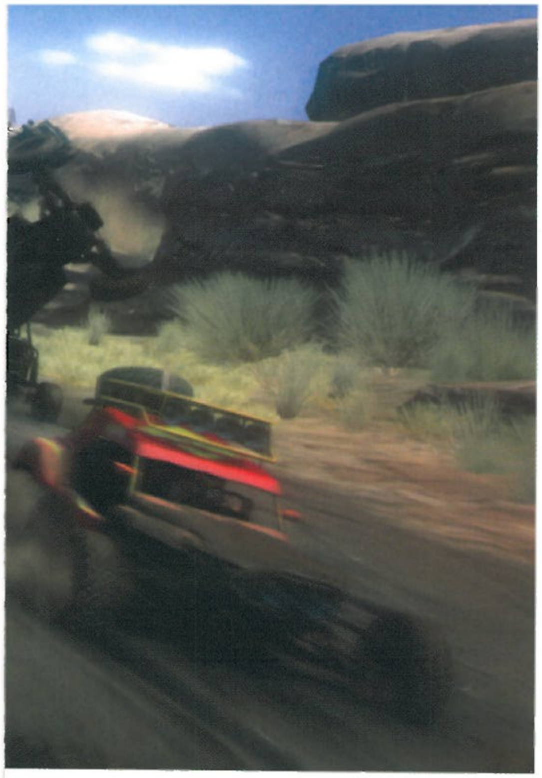


Rockhopper o memorizas los baches de Rain God Mesa, es inolvidable. El sentido del espacio y del alcance, de liberarte tras la línea de salida y de responder intuitivamente al vasto, impasible y detallado escenario, es el tipo de paso adelante que una máquina de nueva generación necesita ofrecer.

Pero aún hay un tercer elemento; sorpresa. Pese a todas las novedades, *MotorStorm* es un juego de la vieja escuela. Sin complementos accesorios; no incluye modo carrera, ni múltiples variantes de juego, ni editor de pegatinas. Sólo circuitos, vehículos y unas carreras vibrantemente entretenidas. Desde el primer vistazo al juego con un reportaje en el número ocho de esta revista, estuvo claro que esa caótica exuberancia era el núcleo del juego, pero es un juego de conducción que logra mantener el interés en una tarde de partidas al viejo estilo 'pasa el mando'. Su belleza y asombro entretienen a los espectadores; su sorpresa satisface al jugador.

Las fechas de salida de consola y juego no ocultan la extraña situación que ha vivido *MotorStorm;* es un título de lanzamiento que el polvo ha ocultado hasta ahora. Aunque desde el lanzamiento de la versión japonesa a finales del año pasado ha habido tiempo de mejorar el acabado visual e implementar el modo *online,* no existe una diferencia radical en esta verdadera versión final. Y eso quiere decir que algunas de las impresiones más negativas siguen estando presentes. Algunas son triviales, como los tiempos de carga, comprensibles debido al tamaño y escala descomunales de las pistas, pero que parecen de la generación pasada. La ausencia de vibración se deja notar; es muy frustrante ver cómo el terreno varía con todo tipo de rocas, saltos, barro que salpica y el rock de la banda sonora incitándote a darle gas a tu vehículo, pero sin sentir ni una sola sacudida. Y aunque el diseño de cada nivel ofrece un amplio abanico de rutas alternativas y la topografía de Monument Valley permite trazar líneas casi infinitas, es común que tú y tus oponentes sigais los mismos caminos, algo que merma la mayor parte de este atractivo.

Y el problema se exacerba por algunos de sus elementos retro. El sistema de entradas,

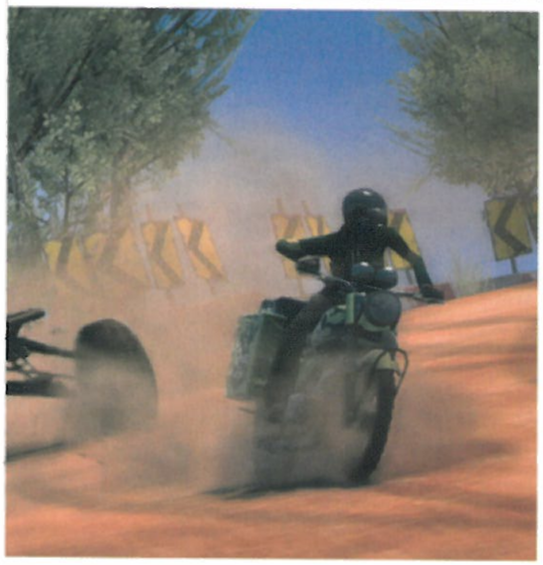




Nunca prestarás la suficiente atención a la interacción de las IA de los rivales, pero las carreras mixtas siempre garantizan un espectáculo impresionante, como también son una oportunidad de sacar ventaja de atajos que incorpora su complejo y especializado diseño de pistas.



Sobre el papel es una gran idea, pero, en la práctica, las carreras de una sóla clase pueden ser las más frustrantes; los atascos provocan accidentes en los tramos más estrechos.





Es difícil pensar en un juego de carreras en el que quedar en último lugar sea más descorazonador; en la última curva puedes llevar detrás a todo un regimiento de motores a todo gas y furiosos tubos de escape. El turbo es de gran ayuda en situaciones límite como esta.



que controla tu progreso ofreciendo desafíos específicos actúa como una barrera que imposibilita explorar la crudeza de *MotorStorm* tan libremente como te gustaría. Aunque las carreras están equilibradas y puedes remontar posiciones tras una colisión espectacular, incluso varias veces en una misma vuelta, son un castigo brutal capaz de hacerte pasar del primer al octavo puesto por un error milimétrico en la última curva. Acaba decepcionando un juego con una visión tan clara de la nueva tecnología pero que acaba fallando en problemas tan antiguos como la estructura del juego y los picos de dificultad.

Pero a pesar de estas críticas, el asombro inicial que este juego es capaz de transmitir no debe acabar oscurecido por estas preocupaciones más ordinarias. Al final, como al principio, *MotorStorm* es lo que siempre ha prometido ser; un festival de velocidad, polvo, barro y vehículos salvajes. **[8]**

Brutalidad *online*



La salida tan prematura de *MotorStorm* en Japón no ayudó al juego. Ahora ha terminado siendo un título de lanzamiento más completo y, como se esperaba, incluye en esta versión final un multijugador equilibrado, aunque sólo *online*. Entre las opciones, la obligatoria selección de vehículos y condiciones noche-día, aunque no puedes correr bajo la luz de la luna en todas las pistas. Existe una opción para activar un sistema que potencia a los rezagados, que el líder puede desactivar, aunque un accidente en un tramo poblado puede ser fatal. Es un lugar ideal para jugar *online* sin reglas y con el número adecuado de pilotos –hasta 12 simultáneos–, emocionante aunque acaba haciéndose corto.



CRACKDOWN

PLATAFORMA: 360 PRECIO: 59,90 €
LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE DISTRIBUCIÓN: MICROSOFT
PRODUCCIÓN: MICROSOFT ESTUDIO: REAL TIME WORLDS



El cooperativo por Xbox Live es abierto y sin condiciones, como el resto de *Crackdown*, dos jugadores lanzados en el mismo mundo para hacer lo que deseen. Es algo difícil predecir si funcionará bien después del lanzamiento.







El combate cuerpo a cuerpo se basa sólo en una patada, aplicable en todas las situaciones. Pronto es lo suficientemente poderosa para voltear vehículos y matar de un solo golpe. Se controla con un único botón, tan simple que se combina bien en el resto de la acción.

Crackdown no es la evolución que cabe esperar de los juegos de mundo abierto. Más bien es el título del que hubieras querido que partiese el género. Es poco habitual su concepto de simplificar la jugabilidad, y será tan disuasorio para algunos como atractivo para otros; cualquiera que se espere una aplicación directa de la fórmula *GTA* acabará decepcionado. Aunque *San Andreas* aportó muchas nuevas ideas, los cimientos del género siempre han estado en peligro, con una apariencia frágil. *Crackdown* es todo él un único cimiento, uno hecho de granito, que permanece firme a pesar de las embestidas de sus pocos fallos.

Juegas como un agente de la ley, un nuevo prototipo de super-humano con el que se espera frenar el crimen en Pacific City, un mundo potenciado por un super-motor gráfico. Tu agotadora y cívica meta es atrapar a los 21 líderes de las bandas mafiosas de la ciudad, siete en cada uno de los tres distritos interconectados, regidos por otros tantos jefes que se debilitan si eliminas a sus generales. Tú decides cómo cumplir con tu tarea y en qué orden, y tus acciones también determinan la forma en la que potencias a tu agente a través de cinco habilidades principales, armas de fuego, explosivos, cuerpo a cuerpo, agilidad y conducción.

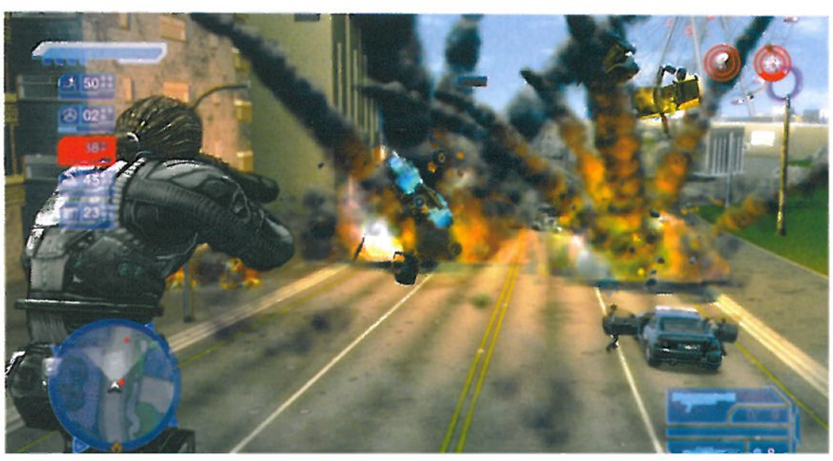
Crackdown rompe con los juegos de su género; parece que tenga muy pocos atractivos que ofrecer en la inmensidad de su mundo. Aquí son vitales tu buena predisposición e incluso tu imaginación para motivarte a explotar todos los elementos que puede ofrecer más que acabar guiado por los iconos de un minimapa como cabras por su pastor y atender un listado de tareas. Las posibilidades de tu agente son inmensas. También puedes aumentar su agilidad recolectando los orbes verdes repartidos por todo el mundo de juego, visibles desde la distancia y que te tientan a divertirte escalando y dando saltos entre edificios. Caerse al suelo desde decenas de metros y ver cómo el asfalto se rompe por tu caída impresiona más que la distancia de dibujado de cualquier clon *GTA*. El sistema de puntería tiene también más influencia, fijando a los enemigos –pero no a los civiles– incluso en los techos o abajo, en la calle, y con el stick derecho puedes elegir a qué parte del cuerpo disparar. Para cambiar entre los blancos potenciales debes apuntar cuidadosamente, lo que hace difíciles los combates al principio, pero significa que puedes confiar en tu punto de mira a la hora de encañonar al blanco más cercano. También fija objetos que puedes detonar o recoger, al igual que vehículos (que tienen su propio afinado de puntería que incluye a las ruedas y el depósito). Con tales refinamientos, puede parecer que hay que afinar en los tiroteos, pero normalmente no es así. El motor de *Crackdown* soporta havoc, como queda claro en las explosiones que tu agente provoca, haciendo que los enemigos salten por los aires en todas direcciones o en los combates cuerpo a cuerpo, al ver cómo los sicarios caen al suelo con una física *ragdoll*.

Son vitales tu buena predisposición e incluso tu imaginación para motivarte a explotar todos los elementos que *Crackdown* puede ofrecer

Los enfrentamientos con los jefes (que están ahí hasta que decides ir a por ellos, uno a uno) casi nunca están predeterminados o preconcebidos. Los tiroteos están más definidos por el lugar donde se producen que por quién es el blanco de las balas. Cada uno de ellos es una situación abierta a cualquier tipo de asalto que escojas. La complejidad de algunos de los escondites de los enemigos –puertas traseras, pasajes subterráneos y, si logras verlas, ventanas camufladas– normalmente se hace evidente después de que hayas derrotado al jefe y explorado su guarida. Y aquí es donde aparece el modo Time Trial, poniéndote frente la puerta principal de

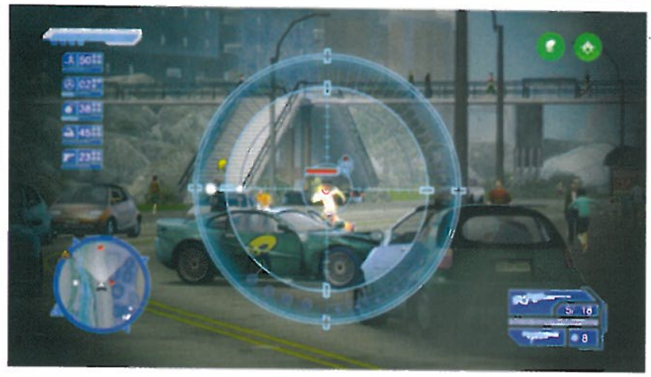


Dada su mínima esperanza de vida, su número excesivo y su potencia de fuego, no hay que preguntar por la inteligencia artificial de los enemigos, aunque son capaces de disparar rápido a tus ruedas cuando pasas con tu coche. Acabar envuelto en escaramuzas accidentales es el primer paso para un buen tiroteo.









Incluso contra un fondo de edificios repletos de neón y un intenso cielo pastel, se ven los colores desde lejos. Desde el verde y morado que marcan los eventos de conducción a los seductores destellos que emiten los orbes escondidos.





Las escasas opciones de personalizacion del personaje –con cambios cada vez que vuelves a entrar a Pacific City– indican que Real Time Worlds confía en que te gusten los cambios que sufre tu agente, no los que tú puedes hacerle a él.

un señor del crimen redivivo, permitiéndote que vuelvas a ejecutarle mejorando tu registro. Es una gratificante repetición que, una vez más, se las apaña para mostrar la flexibilidad de tu papel en este mundo del juego. Coge una fría cinta métrica e intenta medir *Crackdown,* como a mucha gente le gusta hacer con los RPGs (el típico "¿cuantas horas de juego tiene?") y la situación es tan elástica que no podrás responder. Puedes invertir sólo seis horas terminando las misiones de tu agente, o el doble si decides subir sus habilidades a conciencia, o ir más pausado todavía, si te empeñas en registrar un nuevo récord haciendo malabarismos con barriles explosivos. Y éste es el punto en el que algunos de los Logros de *Crackdown* entran en juego, desbloqueando algunas de las merecidas metas que propone su sistema, basadas en la experimentación o en el sabor de pulverizar un récord. Además de limpiar Pacific City de indeseables, aparecen acrobacias con vehículos, carreras por tejados, premio a la cooperación, al atropello e incluso al vandalismo.

No hay matemáticas que expliquen cuánto se puede obtener de *Crackdown,* aparte de una sencilla ecuación que resulta mucho más válida que en *Saint's Row:* lo que inviertes determina lo que obtienes. El diseño de *Crackdown* tampoco es a prueba de balas. Es un fallo que no haya un reinicio rápido para las carreras y en ocasiones hay elementos del escenario con los que te gustaría interactuar con tu agente, pero no es posible. Además, lo más normal es que todos, menos los más francotiradores, desaprovechen la puntería a partes concretas del cuerpo, dados el alto ritmo y la intensidad de los combates. Pero, comparado con muchos de los títulos de este género de mundo abierto disponibles hasta la fecha, *Crackdown* tropieza pocas veces. Constituye el propio esqueleto del género, con unos huestos tan fortalecidos que, por sí solos, pueden componer un juego más que servir como percha para ideas desgastadas: actores y secuencias intermedias que imitan a Hollywood y misiones cansadas y triviales. Es atrevidamente escueto, pero también un fantástico juego de acción, un título que muchos no se esperarán pero que ha conseguido poner el listón muy alto para los que quieren seguir su caótica estela. **[8]**





El estilo Cel Shading de *Crackdown* no gustará a todos los paladares, pero es difícil negar lo atractiva que resulta Pacific City; se aprecia escalando la torre de la Agencia y girando la cámara para echar un vistazo.

Vista exterior



Quizá era inevitable, por su propia naturaleza, pero la conducción de *Crackdown* es el aspecto menos importante. Tu agente se muestra de muchas formas como un vehículo capaz; una auténtica mole que puede esprintar y abrir fuego a discreción. Puedes utilizar los vehículos para irrumpir en el escondite de un jefe o para abrirte paso hasta él, pero te olvidas con facilidad de esta opción cuando tu agente tiene otras cuatro habilidades a pie tan elegantes, aparte de lo cansado que es conducir con cuidado de no atropellar víctimas inocentes. Puede que sea por pura pereza, ya que los vehículos de la Agencia son espléndidos, y puedes hacerte hueco en el tráfico, aplastar a lo que se te ponga enfrente o realizar versátiles acrobacias; pero parece que serán para los jugadores que quieran explotar hasta el más nimio detalle de *Crackdown,* incluido tomarse su tiempo en buscar rampas para los saltos más atrevidos o competir en las tablas de clasificación de las carreras.



SUPREME COMMANDER

PLATAFORMA: PC PRECIO: 49,95 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
DISTRIBUCIÓN: THQ ESPAÑA PRODUCCIÓN: THQ ESTUDIO: GAS POWERED GAMES



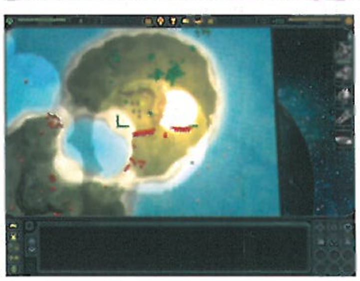
Los efectos visuales de las unidades de construcción de los tres bandos son una excusa para probarlos a todos. Los UEF –en la foto– prefieren el brillo de los láseres. Los Cybran tienen diminutos droides que orbitan rápidamente.



Como la mayoría de los RTS, debes investigar antes de acceder a las unidades más sofisticadas. Su uso correcto puede cambiar el curso de la batalla.







Algunas armas son tan devastadoras que su efecto es visible desde la vista espacial. No todos los elementos del juego acaban reducidos a iconos tras aplicar el *zoom*.

Si hay en el mundo del videojuego este año una tendencia que supone un reto en particular, ésa es levantar una secuela espiritual. Con las que una vez fueron sagas de éxito abandonadas en las vitrinas de sus editoras, los desarrolladores y creadores originales entienden que, aunque los personajes y nombres ya no les pertenezcan, son los legítimos propietarios de las ideas, mecánicas y temas de esos títulos. Esto siempre ha sucedido en la industria, pero rara vez con ejemplos tan sonados como los de este año. Mientras *Bioshock*, la remezcla del *System Shock 2* de Irrational Games, aún tiene que demostrarlo, *Supreme Commander* ya ha probado que *Total Annihilation* es uno de los juegos de estrategia más singulares de la historia, sin importar el nombre que haya en la caja.

Como el primer rival de entidad que podía derrocar del trono de la estrategia en tiempo real a *Command & Conquer, Total Annihilation* aportó innovaciones técnicas (unidades poligonales y armas que seguían las leyes físicas más que reglas arbitrarias) y una fría y cruda atmósfera que hacía que casi pudieras tocar el genocidio. Una década más tarde, su mecánica reside en el núcleo de *Supreme Commander.* Los recursos se reducen a dos, energía y masa, el segundo obtenido a partir del primero, y al frente de cada uno de los tres ejércitos se encuentra un comandante supremo, un gigante blindado capaz de fabricar todo tipo de infraestructuras o de repeler una línea de tanques.

A pesar de esto, la evolución más evidente de *Supreme Commander* reside en su escala. La estrategia en tiempo real se ha orientado en una dirección ¡opuesta a la que apuntó *Total Annihilation,* siguiendo a Blizzard con su tendencia de retratar modelos con gran detalle y un combate más individual que enfocado al conflicto de masas. Y, en contraste, la escala lleva a la característica más singular de *Supreme Commander.* Una pasada sobre la rueda del ratón eleva la cámara para revelar el campo de batalla al completo. Puedes jugar todo el juego desde esta estratosférica posición, que se muestra indispensable para varios aspectos. Durante una buena parte del tiempo que inviertes en el juego ves simplemente formas geométricas moviéndose en la lejanía.

Mientras la mayoría de sus semejantes promueven la expansión por medio de pun-

Luchar desde un rincón del mapa, más que sucumbir a las ansias expansionistas de un enemigo, dota de valor añadido a las batallas







La muerte del comandante supremo lleva a una explosión nuclear instantánea que engullirá a cualquier enemigo cercano. Puedes activarla automáticamente para asegurar una destrucción mutua.







Mientras que muchos RTS modernos han abandonado el combate naval, *Supreme Commander* permanece fiel a ese principio, con destructores, submarinos y barcos de guerra.

tos de captura, *Supreme Commander* te permite renunciar al control del mapa en favor de la producción masiva de energía y a armar tus defensas. La habilidad de luchar desde un rincón del mapa, más que sucumbir a las ansias expansionistas de un enemigo, dota de valor añadido a todas las batallas. Con diferentes tipos de unidades equilibradas hasta el punto que un ejército descompensado será derrotado fácilmente, las tácticas imaginativas y la combinación astuta de unidades asegura golpes devastadores. Y existe una gran cantidad de espacio –físico y conceptual– para que se den estos movimientos tácticos. El único elemento que supera en tamaño a dos ejércitos en conflicto es el mismo campo de batalla; el más grande mide más de 80 kilómetros.

Cada una de las campañas de las tres facciones comienza en un escenario limitado que se abre gradualmente conforme aparecen nuevas oportunidades. Puedes tardar un par de horas en completar una sola misión, especialmente cuando estás aprendiendo los entresijos del juego. Hay mucho espacio que cubrir y se necesita tiempo para mover a tus fuerzas a través de las brechas que se abren en las líneas enemigas, sobreponiéndote a problemas imprevistos y golpeando en los puntos débiles del rival. Los oponentes controlados por la CPU sobresalen en esto, buscando la parte más débil de tu ejército.

Pero la ausencia de un chat entre unidades añade al ambiente un frío y mecánico halo de muerte y los elementos del campo de batalla –excepto las explosiones nucleares que acaban con tu comandante– palidecen comparados con *Company of Heroes*. Y aunque la IA responde, las unidades individuales tienen la tendencia un tanto absurda de fijar en el blanco a rivales que están a cubierto, con lo que reciben disparos directos. Algo extraño teniendo en cuenta la poca cobertura que puede encontrarse. La verdad es que el campo de batalla es poco más que una vasta extensión en la que se intercambian misiles y proyectiles, pero está claro que es lo que piden los jugones.

El ritmo es implacable. Los jugadores acaban extenuados de la altísima concentración que se necesita. La mayor parte del juego se invierte en clicks de ratón entre desastres, y eso duele. Te acabas encontrando con una misión de dos horas que, sin importar cómo sea de divertida, te deja sin fuerzas para continuar en el empujón final. En términos generales, *Supreme Commander* es el polo opuesto del ritmo lento y de una tarde de domingo; es el anti-*Civilization*. Con un nombre tan apropiado como la carnicería infinita de *Total Annihilation*, este juego es de verdad trabajo de un comandante supremo. **[8]**

Distopia



Un juego con una masacre a tan amplio nivel requiere una ambientación apocalíptica. Este argumento se sitúa en el fin de una guerra de 1.000 años entre tres facciones igualmente opuestas y consigue ser intenso y convincente. No es la mejor de sus características, pero renderizado con tanto detalle y con tanta seriedad, es fácil perderse en él. Desde el culto a los artefactos alienígenas a los *cyborg* post-humanos, pasando por los restos casi fascistas de la humanidad, sus impulsos genocidas son cruelmente complejos.





Los eventos masculinos acaban siendo tan tácticos como una partida de ajedrez jugada a un ritmo vertiginoso, pero la repetición de tus victorias más gloriosas -y de tus pifias- no logran retratar la acción con coherencia.



VIRTUA TENNIS 3

PLATAFORMA: 360, PS3 (VERSIÓN ANALIZADA), PC, PSP PRECIO: 69,99 € (PS3), 59,99 € (360), 49,99 € (PSP Y PC) LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE (PS3), 30 DE MARZO (360, PC, PSP) DISTRIBUCIÓN: SEGA ESPAÑA PRODUCCIÓN: SEGA ESTUDIO: SEGA AM3 (PS3), SUMO DIGITAL (RESTO VERSIONES)

Subida sin red



Sony ha desperdiciado el que podría haber sido un serio abanderado de su servicio *online* al no permitir que *Virtua Tennis 3* tenga partidas por Internet. Esto deja clara la opción de compra para los afortunados que tengan una PS3 y una 360, sobre todo porque la 360 se beneficia de partidos de exhibición, partidos igualados y modo espectador. Los usuarios de PS3 pueden al menos disfrutar con la inclusión de minijuegos multijugador, siete en total, que proporcionan algunos momentos únicos y competitivos; desde abrirse paso entre una avalancha de pelotas de tenis gigantes a partidas compulsivas de *curling*. A pesar de ello, y para los adictos al *online;* juego, set y partido para Xbox Live.

Incluso los juegos más preciados pueden poner el corazón en un puño a sus fans más devotos. *Pro Evolution Soccer,* por ejemplo, somete a sus jugadores a la angustia con cada nuevo título, rompiendo la confianza del jugador en su antecesor y enfrentándolo a la frescura desconocida de una nueva edición diferente en apariencia y toque. *Virtua Tennis 3* no es tan cruel, pero SEGA, con esta edición, ha redibujado las líneas de la pista de su título deportivo.

La jugabilidad cambia debido al incremento de la profundidad de las animaciones. Aunque no puede competir con los movimientos y acciones de *PES,* tan realistas que te dejan sin aliento, *Virtua Tennis 3* comparte ese atractivo especial del título de Konami para sumergir al jugador temporada tras temporada en una serie de eventos y retos que pueden ser duros para los debutantes. Este movimiento más variado y fluido viene acompañado de una mayor exigencia al usuario. Los anteriores *Virtua Tennis* podían acabar dominándose con algunos trucos como devolver un servicio al extremo opuesto del campo del oponente. Mientras *VT3* no desecha esos golpes letales, es mucho más complicado que logren el objetivo buscado.

Antes, escoger a un tenista con una diestra potente y lanzar golpes desde una posición cómoda para su mano –o impedir que los rivales utilizasen sus puntos fuertes– significaba set seguro. Ahora, la condición física y la potencia deciden más en la ejecución del golpe. Una dejada cruzada ya no es tan efectiva si no se ha preparado consecuentemente. Las nuevas y detalladas animaciones aportan un toque reconfortante a la vista, un placer que experimentas conforme tu jugador golpea con su raqueta entre las piernas para ganar un punto vital o cuando, tras ser cazado al contrapié, tragas tierra batida por haber corrido demasiado pronto al otro lado de la pista.

Mientras el modo Campeonato Mundial ha recibido una revisión menor, incluye interesantes características nuevas como lesiones, algunos minijuegos hilarantes y un nuevo centro de entrenamiento para mejorar el rendimiento de los atributos de tu tenista. Las lesiones deberían preocupar únicamente a los más temerarios; puede ser harto difícil forzar a un jugador exhausto a seguir adelante con su carrera. La solución es tan simple como irse de vacaciones, aunque también es esencial un entrenamiento específico. Por ello es lamentable que, mientras los pequeños desafíos son fascinantes y disparatados, –alimentar cocodrilos, repeler alienígenas escupe-pelotas, jugar al bingo, etc– el aprendizaje del centro de entrenamiento cansa demasiado pronto. Y, junto al estilo de juego exigente implementado, se requiere compromiso en él para construir al tenista definitivo, incluso para los jugadores que han conseguido doblegar a todos sus oponentes.

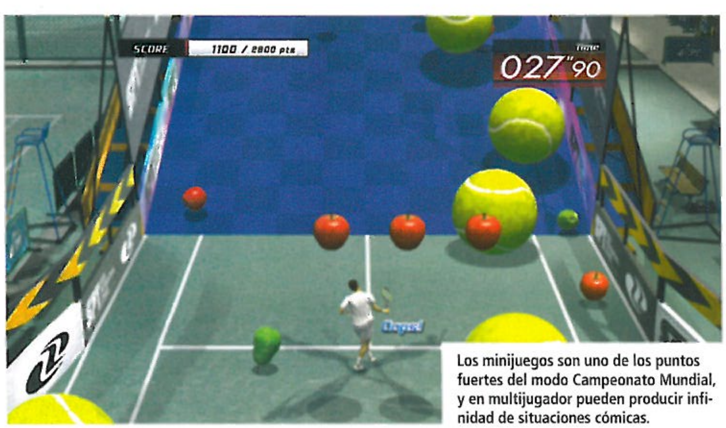
Virtua Tennis 3 es el primer simulador pura sangre de una serie que siempre ha mostrado un ajustado sentimiento arcade. Es una salida del armario en toda regla para la siempre divertida saga deportiva de Sega; más profunda, más seria y más atractiva que antes. Y aún así se las arregla para mantener la atmósfera ligera –e incluso puntualmente desenfadada– de la serie. La habilidad de *Virtua Tennis* para dibujar la delgada línea entre el realismo y la fantasía significa que mientras los fans pueden llegar a sentirse decepcionados, todo lo que Sega ha hecho es cambiar su fiesta de local. **[8]**







Las estrellas del tenis que *VT3* incluye licenciadas parecen más maniquíes que seres humanos. Crear tu propia estrella ofrece mejores resultados en este aspecto.



Los minijuegos son uno de los puntos fuertes del modo Campeonato Mundial, y en multijugador pueden producir infinidad de situaciones cómicas.





FÓRMULA 1 CHAMPIONSHIP EDITION

PLATAFORMA: PS3 PRECIO: 59,95 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
DISTRIBUCIÓN: SONY ESPAÑA PRODUCIÓN: SCEE ESTUDIO: STUDIO LIVERPOOL

La caja de este debut de la Fórmula 1 en PlayStation 3 viene presidida por una frase del puño y letra de Fernando Alonso; "cuando me subo al coche, sólo me vale ganar". Pero habría que prestar atención a otro mensaje que también aparece; el que avisa de que *F1 Championship Edition* es una repetición de la temporada pasada. Para muchos aficionados sería traumático enterarse ya en casa de que Alonso sigue en Renault con Fisichella y Schumacher todavía lidera Ferrari. Es triste que el juego oficial de la FIA vaya un año por detrás.

En cambio a nivel visual sí se aprecia un claro paso adelante; aunque *Championship Edition* es una conversión que parte de F1 2006 para PS2 los modelados, texturas, motor de físicas y partículas, iluminación y escenarios se han construido con toda la sustancia que PlayStation 3 puede aportarles.

Se roza lo fotorrealista por momentos, y la sensación de velocidad acompaña. Cuanto más interés despierta y de forma más exigente se contempla Fórmula 1, más satisface las expectativas de lo que debía ser un primer acercamiento en PS3. Las repeticiones se encargan de rescatar el esplendor gráfico que la frenética carrera impide la mayoría de las veces apreciar en detalle. El único reproche que se le puede hacer es que el Studio Liverpool haya optado por dejar la tasa de imágenes por segundo en 30 cuadros en lugar de unos 60 fps que han mostrado otros títulos de carreras de PlayStation 3.

Sus creadores siempre han presentado a *F1* como un "simulador accesible" en base a su nutrido paquete de ayudas a la conducción, pero en este *Championship Edition* las ayudas pueden ser una peligrosa arma de doble filo. Su efecto repercute tanto que es fácil condenar al título por un uso poco consecuente de estas; revisar la asistencia en la dirección y el control de estabilidad es clave para los especialistas. En la misma dirección pueden realizarse ajustes de dificultad que contribuyen a endurecer la experiencia.

Los modos de juego denotan –excepto el anhelado soporte *online*- que se está frente a un port sin añadidos, la frescura brilla por su ausencia. El doblaje, que se ha reutilizado, cuenta con el mismo repertorio de frases de Lobato y Gonzalo Serrano sin olvidar su errática implementación original.

Para el lanzamiento de la nueva consola de Sony, que ha mantenido la licencia oficial de la FIA los últimos años, sería lógico imaginar que uno de sus estudios internos tiraría la casa por la ventana. Un port mejorado de la edición de la última temporada no es la mejor forma de comenzar, pero a pesar del duro varapalo que supone ver unas escuderías obsoletas, *F1 Championship Edition* tiene mucho que ofrecer. Especialmente en el apartado visual, en el amplio abanico del control –aunque sin evitar sufrir con la curva de aprendizaje- y en unos modos de juego que sacrificando cualquier novedad local, aseguran horas en cabina. Aunque aquí Alonso y Briatore sigan siendo amigos, el circo de la F1 nunca antes fue tan realista. **[6]**



El apartado sonoro es otro de los puntos que ha mejorado; el Dolby Pro Logic II ha sido sustituido por un Surround 5.1 que distribuye mejor los diferentes samples y el estruendo de los motores subiendo y bajando de marchas.





El Live Action Racing hace que las carreras sean tan imprevisibles como en la vida real, con abandonos, salida de pista y accidentes.

Gran premio *online*

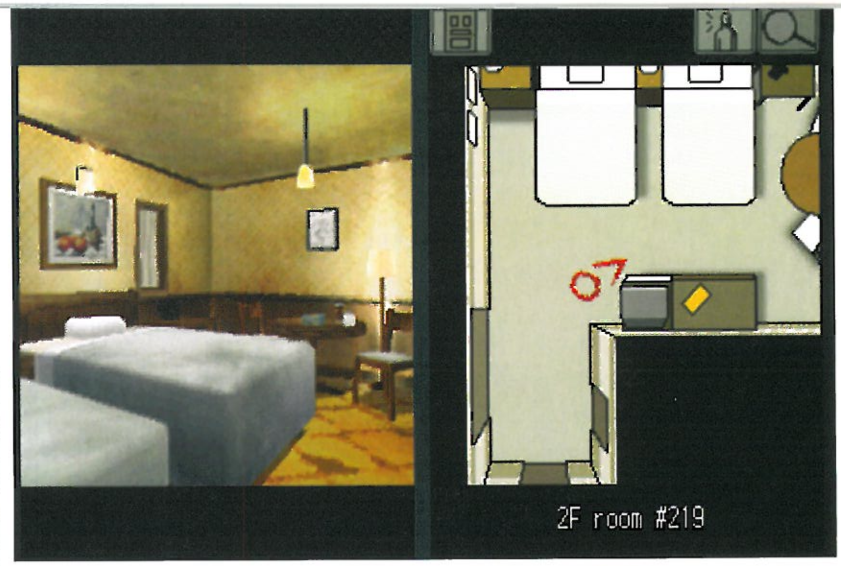


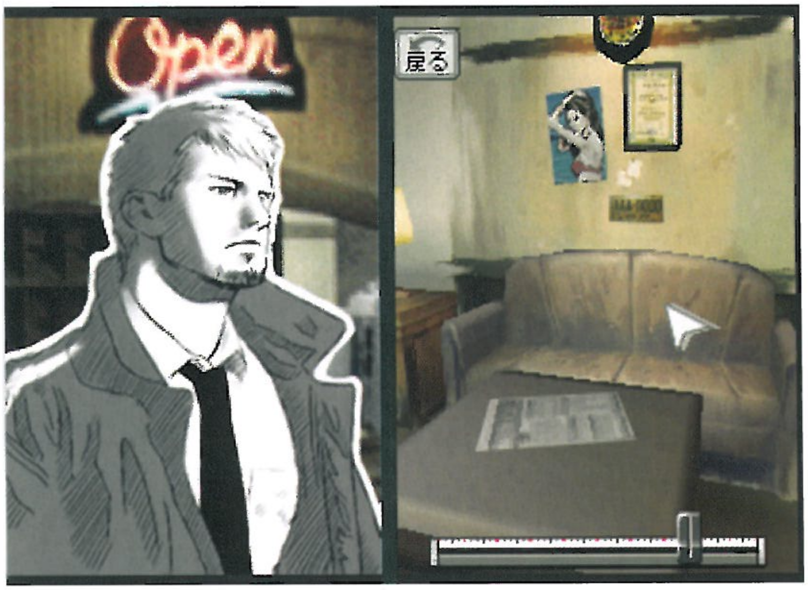
El propio Studio Liverpool ha admitido que fue incapaz de recrear el modo *online* tan ambicioso que habían diseñado para *F1 2006* en PS2, y ese fue el motivo del último retraso del título. Ahora han podido completar su visión con partidas por internet para hasta 11 jugadores simultáneos de los 22 coches que participan, además, es posible realizar un *late-join* por si alguien se incorpora una vez comenzada la carrera. También existen *rankings online* con los mejores tiempos de cada Gran Premio y chat para comunicarse. El global supone un paso importante, aunque no se haya conseguido una carrera con todos los oponentes humanos ni un multijugador local con cooperativo, tan de moda ahora.



La recreación de los circuitos es otro punto fuerte del apartado gráfico. Puedes deleitarte con su escala en las tomas aéreas previas a la carrera o con sus alrededores en las repeticiones. En carrera es difícil poder apreciarlos.









La ambientación en los 70 se expresa mejor mediante su banda sonora. Su brillantemente horrible hilo musical añade una fresca y sórdida capa al mugriento escenario. El héroe, Kyle Hyde, un duro conversador, falla en obtener el mismo impacto que la soñadora Ashley de *Another Code*.



El diseño de personajes con un estilo de dibujo toma el papel central, y los coloridos fondos están realizados normalmente de forma brillante. La forma en que se desenfocan por los bordes de la pantalla muestra la atención puesta en el juego por sus desarrolladores.



HOTEL DUSK: ROOM 215

PLATAFORMA: DS PRECIO: 39,95 € LANZAMIENTO: 5 ABRIL
DISTRIBUCIÓN: NINTENDO ESPAÑA PRODUCCIÓN: NINTENDO
ESTUDIO: CING

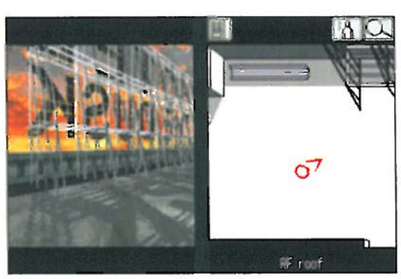
Como novela, *Hotel Dusk* sería una pasa-páginas. Como historia, aunque peca de divagar, de usar clichés y de excesiva dependencia en los enigmas, es extrañamente fascinante y con unos personajes auténticos, encantadores. Como juego, mantiene algo de esa novela pasa-páginas y ahí reside su problema.

Continuando su *Another Code* de 2005, Cing ha elaborado una experiencia que es similar en estructura, pero enfatiza otros aspectos. A pesar del atractivo toque de cine negro, el juego es incluso más lento que su antecesor, y, ciertamente, también más poblado. A años-luz del vacío de la isla Blood Edward, *Hotel Dusk* está repleto de huéspedes a los que interrogar, y el énfasis no queda en los puzzles, sino en la interacción. Y eso es lo que transforma *Hotel Dusk* en algo laborioso y pesado. *Phoenix Wright* demostró que los juegos son capaces de fabricar combates a base de diálogo, pero aquí las conversaciones se parecen más a estar parado en un atasco de hora punta.

Tal vez sea funcional, pero es difícil no acabar sobrecargado por la interacción que reside en nada más que en pinchar en la flecha que abrirá la siguiente línea de diálogo en la pantalla. Los huéspedes normalmente tienen cosas interesantes que decir, pero *Hotel Dusk* falla en emparejar cualquier sinergia real entre puzzles y guión. Los desafíos emplean bien las características de DS, pero normalmente tienen poco que ver con la historia que se va desarrollando.

A veces, los puzzles parecen simple relleno y jugarlos puede percibirse como sentarse a leer un libro a intervalos de cinco minutos mientras esperas a que termine la lavadora. Más allá, la rígida narrativa significa que los eventos se mueven al ritmo propio y dictatorial del juego. Puedes haber encontrado la solución a un puzzle, pero no podrás actuar hasta que el juego decida que ha llegado el momento de hacerlo. A pesar de estos irritantes elementos, el guión demuestra ser lo suficientemente fuerte para atrapar incluso al jugador más decepcionado, haciendo click entre líneas de diálogo. En los capítulos finales las conversaciones interminables finalmente dan paso a algo más atractivo.

La presentación del juego triunfa de principio a fin. Mucho ha ayudado la influencia de la estética A-Ha en las imágenes, pero es mucho más que lo que puede mostrar su superficie: los personajes de *Hotel Dusk*, aunque fragmentados, emergen como gente real, con unas animaciones limitadas, pero que les dotan de procedimientos para causar un impacto genuino y emocional. Parece casi cruel envidiar a un título que muestra consistentemente esa ambición, pero mientras el deseo de Cing por innovar es admirable. El resultado te mantiene constantemente con la cabeza apoyada sobre tu brazo. Irregular más que contemplativo, no hay duda de que *Hotel Dusk* está repleto de ideas loables, pero la consecuencia es que entre tantas, no hay sitio para el jugador. **[6]**



Uno de los usos más interesantes de la pantalla táctil es cuando los personajes del juego la emplean para darte objetos. Es un detalle que se agradece en un título que de otra forma haría a los jugadores sentirse abandonados demasiado tiempo.

Como un libro



Hotel Dusk **recoge el testigo de** ***Another Code*** **en más de una forma, no sólo en el deseo de utilizar la DS como un objeto del juego. No contentos con hacer que los jugadores sostengan la consola como un libro –en vertical–, hace que también la usen como tal, con páginas en blanco en las que anotar las pistas obtenidas. Una de las ideas más interesantes acaba siendo la más decepcionante: las cosas se estropean cuando el juego empieza a sugerirte exactamente lo que deberías escribir, recordándote cualquier cosa importante que hayas podido olvidarte.**



WARIO: MASTER OF DISGUISE

PLATAFORMA: DS PRECIO: 39,95 € LANZAMIENTO: YA A LA VENTA (JAPÓN, EEUU), MAYO-JUNIO (EUROPA) DISTRIBUCIÓN: NINTENDO ESPAÑA PRODUCCIÓN: NINTENDO ESTUDIO: SUZAK

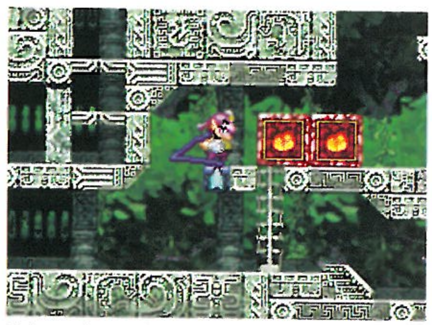
Es cuestión de tamaño. Mientras su archienemigo Mario se daba por satisfecho con corretear por la parte de inferior de la pantalla, Wario siempre la ha dominado con su forma de *sprite* grandullón, rechoncho y tan avaricioso que sería capaz de robarte hasta el último euro de tu nómina sin cargo alguno de conciencia. Pero en su última aventura este desconfiado glotón ha acabado comprimido hasta alcanzar un tamaño mucho más manejable, para desastre de sus incondicionales.

En esta aventura Wario ha terminado dentro de su TV para robar la varita mágica del Maestro del Disfraz, el protagonista de su serie de televisión favorita. Superficialmente, con las diferentes habilidades de los disfraces y su plataformas de *scroll* lateral, Master of Disguise –o *Kaitou Wario The Seven* en Japón–, puede parecer un sucesor directo de la saga *Wario Land,* pero realmente le debe mucho más a la serie *Metroid;* se progresa volviendo hacia atrás continuamente para desbloquear nuevas salas interconectadas conforme consigues nuevos ítems y poderes.

El diseño de niveles carece de la elegancia de *Metroid,* aunque puedes pasar por periodos en los que su escasa sofisticación acabe atrayéndote. Existen ocho variantes en los trajes —incluyendo los de pirata, *Godzilla* y Dr. Wario–, cada uno con sus características únicas. Activados mediante el uso del stylus al dibujar determinados símbolos en el cuerpo de Wario, cambiar de disfraz puede ser muy laborioso, y es bastante fácil acabar muerto en medio de una batalla contra un jefe final por elegir el atuendo inapropiado.

Los nuevos trajes se encuentran abriendo los cofres verdes de cada nivel. Abrir un cofre de cualquier color activa un minijuego estilo *Wario Ware,* aunque con mucho menos ambición y creatividad que los originales. Son sosos y únicamente hay ocho variantes, y aunque se van complicando progresivamente, te cansan al llegar al segundo nivel. Un juego de *Wario* debería arrancar carcajadas parodiando otros juegos y redefiniendo sus reglas. Pero los elementos de DS parecen forzados, con muy poco en el juego que no pueda realizarse –y a la vez con un acabado mucho mejor– con un control tradicional.

Ocasionalmente, aparecen destellos –por ejemplo, cuando fuerzas a un jefe a iniciarse en la coprofagia, algo desagradable–, aunque Suzak, una desarrolladora conocida por sus terribles juegos de *F-Zero,* no va a la yugular. Hay ausencia de innovación; niveles poco descriptivos ambientados en cavernas heladas, pirámides o los inevitables templos Maya. Los aburridos escenarios exacerban la sensación de que los niveles son, simplemente, demasiado grandes. Y es que todo es cuestión de tamaño, y *Wario,* uno de los pocos personajes Nintendo con... bueno, un personaje Nintendo, nunca debería quedarse solo, dando vueltas como un pececillo en un gran estanque. **[4]**



El sistema de control es inusualmente ambidiestro; puedes usar los botones o el pad, y relegar la otra mano al stylus y a tareas destinadas a la pantalla táctil. Frecuentemente acabas en problemas por su culpa, ya que es demasiado fácil saltar sin querer mientras corres.



Las actividades de los minijuegos incluyen colorear, cortar bloques, aplastar pulgas, desplazarse por laberintos, trazar líneas, conectar puntos e incluso llevar excrementos al inodoro. Se hacen más difíciles según avanza el juego, pero nunca cambian su mecánica demasiado, algo que los conduce a una experiencia muy repetitiva.



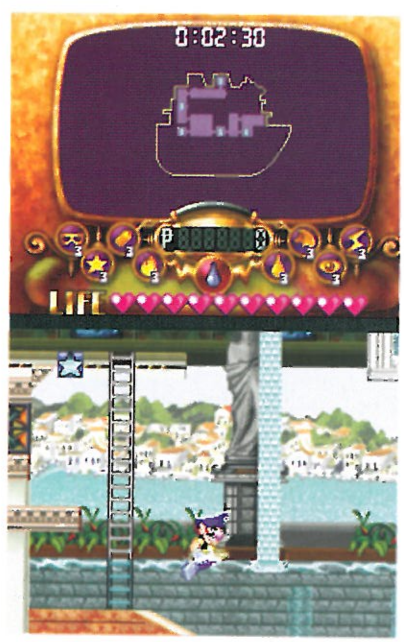
Como en *Wario Land 4,* el una vez conocido como Loki de los videojuegos está sujeto a una indignante barra de energía.





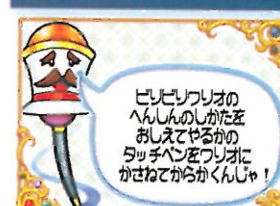


Los cofres, de diferente color, proporcionan diferentes recompensas. Los verdes ofrecen nuevos disfraces o mejoran las habilidades; los morados, ítems como llaves, y los rojos te permiten embolsarte diamantes, aunque no puedes gastártelos en nada.



Los disfraces mejoran al desbloquearse: inicialmente, con el traje de Dr. Wario sólo ve a través de las paredes, pero luego un guante de boxeo se suma al arsenal.

El enigma de la Esfinge



Sorprende en un plataformas, pero *Kaitou Wario The Seven* no es recomendable para importar, al menos en su versión japonesa. Además de líneas y líneas de texto explicando el guión, ciertas secciones requieren que entiendas lo que se dice. En el tercer nivel, por ejemplo, te encuentras cara a cara con la Esfinge, que te lanza tres preguntas aleatorias. Respondes dibujando símbolos en hiragana en la pantalla, pero incluso mirando las respuestas es complicado, ya que debes dibujar las letras en su orden adecuado. Fallar una pregunta supone la muerte. Frustrante.



ARMA: ARMED ASSAULT

FORMATO: PC PRECIO: 39,95 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
DISTRIBUCIÓN: PROEIN PRODUCCIÓN: 505 GAMESTREET
ESTUDIO: BOHEMIA INTERACTIVE

Apoyo comunitario



La comunidad de *Operation Flashpoint* ha maleado y exprimido el juego original con una gran cantidad de misiones en cooperativo, añadidos y '*packs* de realismo', hasta combates de robots gigantes. Se han servido del editor que incluye; pocos han creado nuevos territorios para sus modificaciones, simplemente han adaptado la isla a sus propios propósitos. Esa filosofía continúa con *Armed Assault;* crear una simple misión de escaramuza es tan fácil como desplegar unas pocas unidades de soldados en el mapa.

La muerte está en todas partes. Está en las calles, donde girar el muro equivocado en el momento erróneo te lleva a recibir una buena dosis de plomo procedente de una ametralladora camuflada, en los arbustos cuyo camuflaje ignoraste sólo un segundo, tiempo que tarda un francotirador en dispararte, y la partida se acaba. Y también está en el tiempo que necesitas para levantar el rifle y abrir fuego contra un soldado enemigo. Cuando termina la torpe animación y puedes usar el *zoom,* ya te han disparado varias veces. La muerte está en todas partes, sí, pero para eso está el *quick-save.*

Los simuladores tienen las mismas dificultades que el mundo real. Conducir un coche de carreras es difícil, y volar con un 747. Y ser soldado. El error de *Armed Assault* no es que el juego esté mal diseñado; de hecho es simulación bélica impactante y siempre absorbente. Cargar en el campo de batalla, ver a los helicópteros sobrevolándote, escuchar el rugir de las balas o ver cómo los hombres de ambos bandos caen al suelo tras recibir un impacto de un enemigo al que no logras ubicar; todo ello logra ser sobrecogedor y entretenido. Su problema son la misiones; demasiado duras. Hasta los soldados más curtidos y leales acabarán amotinándose cuando se les exija cumplir las tareas que *Armed Assault* te pide. El juego es ridículamente injusto todo el tiempo. En una misión se te equipa con tres bazookas y una sola carga para hacer saltar por los aires la avanzadilla de un ejército –compuesta por cinco tanques– y eliminar a los soldados que los guardan. Después debes usar la confusión para infiltrarte en un campamento y robar unos documentos.

Es demasiado difícil, casi imposible, y morirás repetidas veces intentando cumplirla. Y sólo es la tercera misión del juego. Para los fans de *Operation Flashpoint*, este es su juego soñado; una versión más difícil y técnicamente más potente. Se puede jugar en misiones cooperativas o en un largo fin de semana de escaramuzas multijugador. Pero aquellos que busquen una relación mucho más accesible acabarán descompuestos por una dificultad que roza lo absurdo.

Aunque *ArmA* tiene un indudable potencial, eso sí, con frecuencia se oscurece. La tecnología detrás del juego es como una bestia esquizofrénica; el motor provoca situaciones como mezclarte con un arbusto mal texturado, con una única y pixelada hoja tapando todo la pantalla; la captura de movimientos y la IA de los soldados se combinan en ocasiones en unos fallos histéricos cuando los soldados entran en bucle buscando cobertura. Pero merecerá la pena cuando contemples un valle, con una distancia de dibujado sinfín, y veas en la lejanía un convoy de camiones sobre tus minas, y el sonido tarde en llegarte casi un segundo (el tiempo que el sonido tardaría en llegar a tu posición). Y es ese nivel de detalle y realismo el que describe y satisface al público casi masoquista que *Armed Assault* intenta captar. **[5]**



Las misiones en ciudad son terribles por su escala e intensidad de los enemigos. Francotiradores en los techos y ametralladoras en cada esquina lo hacen un reto realista, aunque pocas veces divertido.







Los vehículos de *AA* son la mejor forma de experimentar la enorme distancia de dibujado y escala. Puedes desplegar a tus tropas desde un helicóptero para emboscar a los enemigos con poderosas y rápidas ametralladoras.





Las patrullas del bosque se convierten en una pesadilla que te hace estar atento a todo arbusto buscando enemigos escondidos. Los tiroteos silvestres suelen dejarte desconcertado y perdido, y muchas veces boca abajo.

Para los ya iniciados en la simulación que *AA* abandera, la emoción vendrá de las misiones en cooperativo. El juego permite cualquier número de jugadores y *bots* controlados por la IA, sólo depende de tu ancho de banda.





LOS SIMS HISTORIAS DE LA VIDA

PLATAFORMA: PC **PRECIO:** 44,90 € **LANZAMIENTO:** YA DISPONIBLE **DISTRIBUCIÓN:** EA **PRODUCCIÓN:** EA **ESTUDIO:** EA

Si *Los Sims* se inspiraron en las series de TV de los 50, *Historias de la Vida* se acerca más a *Dawson's Creek*. Controlas primero a Riley y Vince –chica y chico respectivamente, por si alguien duda–. Este título amplía la idea de *Los Sims 2* y sus momentos memorables en la vida de toda persona metiéndolos en un guión de culebrón adolescente, lleno de infidelidades, celos y viejas rencillas. La razón del cambio es hacer la audiencia del juego todavía más generalista, dándole a los novatos en la serie personajes con los que jugar de cero y unas razones más convencionales para cuidar de ellos en sus aventuras.

Es una buena idea, incluso aunque en *Los Sims* casi no tiene razón de ser –los personajes tienen poco más que un nombre y un trabajo– pero mantiene un sentido de reivindicación en situaciones como pedirle a esa rubia que clava los ojos en tu novio que deje de hacerlo. Pero esa normalidad en la presentación de la historia acaba cayendo en esos extraños momentos que siempre surgen en *Los Sims* –de forma demasiado frecuente, en el baño–.



Los Sims **siempre ha tenido una pequeña carga sexual, que ahora aflora a la superficie. Incluso los más castos caen en la obscenidad.**

El éxito más grande en reempaquetar este juego para un público mayor reside quizás en su mecánica más que en su presentación. Su tan anunciado 'modo portátil' –que aporta poco más que un modo suspender–, la opción ventana y los requisitos mínimos pueden venir a costa de unos gráficos con escaso impacto, pero que mejoran su puntería para el mercado de masas. Y lo que ese mercado encontrará es una versión modernizada, más rápida y recortada de *Los Sims 2*.

Si cumples sus necesidades con firmeza y llenas las barras de habilidades rápidamente, hay poco de desafío real o interés para cualquiera que haya disfrutado con los títulos previos, exceptuando el modo *free-play*, que descarta las historias en favor de la más tradicional creación del Sim propio, pero que mantiene un escaso acercamiento a una jugabilidad más compleja. El resultado es un producto que no puede ser criticado por su accesibilidad, pero que tiene poca sutileza al esconder el inherente proceso que va unido a lo que los Sims representan. **[5]**



Aunque el modo historia te pone en la piel de un personaje específico, existen amplias opciones de personalización.





MACH: MODIFIED AIR COMBAT HEROES

PLATAFORMA: PSP **PRECIO:** 39,90 € **LANZAMIENTO:** YA DISPONIBLE **DISTRIBUCIÓN:** VIVENDI UNIVERSAL **PRODUCCIÓN:** SIERRA **ESTUDIO:** KUJU ENTERTAINMENT



El combate en la arena ofrece más armas y potencial en el multijugador, aunque las luchas se ven limitadas por el tamaño de la pantalla y el impreciso radar.

Como primera mezcla de aviación y arcade que surge en la PSP, *MACH* tiene muchos antecedentes en el género, lo que explica que el juego aúne una serie de ideas interesantes pero a las que hace poco para incorporar un sello propio. La base es sólida, combinando carreras *arcade* con batallas aéreas, y aunque pueden jugarse mapa tras mapa, la sustancia real está en los desafíos que encadenan ambas variantes juntas.

Las carreras se expanden gradualmente para incluir recolección de monedas, persecución por *checkpoints* y ocasionales mejoras de armas. La victoria te da dinero que puedes gastar en decorar tu avión; los aviones se desbloquean al completar misiones. Pero aún con ello, el total es menos que la suma de las partes. Es difícil encontrar algún fallo importante, pero es una experiencia muy plana, sin personalidad. Muy pronto te acostumbras a los circuitos y escasean los que son genuinos. Las colisiones suponen una mera pérdida de velocidad y el turbo se acumula automáticamente, haciendo que en las carreras los aviones vayan demasiado juntos, lo que las hace aburridas y rutinarias, con poco incentivo para cuajar un trazado perfecto.

Y, siendo muy críticos, no hay sensación de velocidad: existe una fluidez aceptable para poder combinar un giro rápido con una pirueta y así esquivar un misil que viene directo, pero la experiencia carece de adrenalina. Lo más que se acerca a esa sensación es el ligero pánico que experimentas en las batallas en la arena, cuando la cámara se gira para enfocar al misil que acabas de disparar, algo bastante frecuente en un combate desorganizado y con ritmo desordenado, aunque con un potencial que puede exprimirse en batallas multijugador más elaboradas.

Ocasionalmente brillan elementos como las armas láser o los combates tag en la arena. La mayor parte del tiempo se invierte en carreras en las que la única variación es un incremento gradual de la IA, no cambia ni los circuitos ni la velocidad. Tal vez lo que le ha faltado es la motivación de plantar cara a títulos rivales, ya que es un juego único en el catálogo. Esta falta de diversión que se detecta a veces hubiera desaparecido con un rival más pulido y con más personalidad. **[5]**





El armamento está influido por el de ***Mario Kart*****, pero como esquivas los misiles fácilmente, puedes mantener el liderato.**



ROCKY BALBOA

PLATAFORMA: PSP PRECIO: 49,95 €
LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE DISTRIBUCIÓN: UBISOFT
PRODUCCIÓN: UBISOFT ESTUDIO: UBISOFT MONTREAL



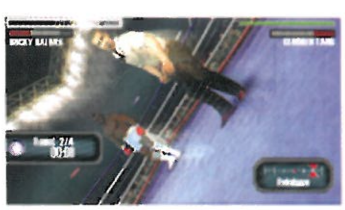
Se incluye un expresivo catálogo de golpes en los botones principales, que se modifican con los gatillos R y L. Se puede hacer saltar al ring al Rocky de diferentes épocas, pero hay poco cambio entre versiones.

Si para medirse a un púgil duro como *Fight Night* se confía en un entrenamiento basado en la planificación y en el corazón, *Rocky Balboa* sólo se ha entrenado la mitad de lo necesario. Pero, aun así, Rocky ganaría a los puntos al darse cuenta de que, en este ring portátil, la ausencia de dos sticks analógicos reduce el manejo del Total Punch Control del campeón de EA. Pero, cuando puede de verdad castigar a su rival, se duerme, desperdiciando oportunidades y sacrificando potencial con modos de juego incompletos y una mecánica débil. Frente a lo que pueda sugerir, el título del potro italiano no incluye modo historia para recordar el pasado viendo combatir a estas viejas glorias.

Existe un modo de Combates Históricos, que une peleas de exhibición con vídeos de las películas y accesos directos al menú principal, pero sin sensación de progreso. Con sus pocos oponentes, estrictos (aunque variables) límites de tiempo y objetivos obvios, los bonus del Fast Lane reconocen la necesidad de una opción de juego sin compromiso, pero sus escenarios de callejones de gueto y gimnasios son sospechosos. Eso sí, el juego ha llegado doblado al español.

Quizás en algún momento hubo una historia y tuvo que ser desmantelada por el calendario de Hollywood, pero a muchos les gustará pensar que *Balboa* es algo más que una licencia poco inspirada. Podría haber sido peor: el catálogo de directos a la mandíbula, ganchos y Powermoods –un modo en el que la moral sube hasta las nubes y los golpes hacen más daño– aseguran un segundo, tercer e incluso docenas de asaltos llenos de vitalidad y un rumbo impredecible. Pero con poco que diferencie a los diferentes boxeadores más allá de los niveles base de agresión, caras simétricas y ligeros parecidos con los personajes a los que representan, *Balboa* no tarda en agotarse. Y dado el número de derrotas acumuladas por al horrible minijuego que incluye, el campeón pone poco ímpetu en mejorar. Haber dotado a *Balboa* de un sentido de aprovechar el momento podría haber hecho del mítico boxeador un contendiente más esperanzador. **[5]**





El multijugador tiene pocas opciones pero sucede lo mismo con el *lag;* casi no existe ningún retardo.



BATTLESTATIONS: MIDWAY

FORMATO: 360 PRECIO: 59,95 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
DISTRIBUCIÓN: PROEIN/EIDOS PRODUCCIÓN: EIDOS
ESTUDIO: EIDOS STUDIOS HUNGARY







La IA maneja tus unidades hasta que tocas los sticks, haciendo un buen trabajo: jugar siendo sólo un observador pasivo demuestra ser la educación más eficiente, mucho más que los interminables tutoriales.

Battlestations Midway ha salido victorioso de una batalla mucho más compleja que todas las que alberga su código. Luchando bajo la bandera de SCi primero, fue con Eidos con quien realizó su primera incursión bélica. Allí no llegó al frente, ni con la primera Xbox ni con la defenestrada Gizmondo, pero sufrió los bombardeos consecuencia de la disputa entre desarrollador y productor. Sus aliados en Eidos, Lara y el Agente 47, acabaron dejándolo abandonado en la retaguardia y colocándole la etiqueta de ser otro triste acercamiento a la II Guerra Mundial.

Ese tiempo en las trincheras ha sido más beneficioso de lo que podía esperarse; toma la ambiciosa premisa de controlar a la vez barcos, aviones y submarinos en el frente del Pacífico, y además nos traslada a un control que no existía cuando se concibió.

Un toque de *pad* cambia entre un Hellcat, la cubierta de un buque o al periscopio de un submarino. Es un desafío que puede abrumar, pero que se convierte en un ciclo rápido de heroicos ataques y contraataques que trascienden la ambientación excesiva en esta guerra. Como era previsible, esta accesibilidad viene a expensas de la profundidad en la planificación táctica. Esto es más obvio al principio, en las misiones menos pobladas; mientras las unidades están limitadas, la munición es infinita. Con unidades más grandes, capaces de regenerar su armadura, el resultado puede ser una larga y tediosa batalla de desgaste.

Las siguientes incursiones están más elaboradas y presentan más desafío en cuanto a desplegar y armar a las fuerzas bajo tu mando; en su momento más álgido es una experiencia que se acercaría a algo tan poco frecuente como un enfrentamiento de *Battlefield* pero con tropas enemigas novatas y unos comandantes ineptos; tú solo decides qué nave o escuadrón lidera el ataque y observas cómo cada bomba impacta. Pero hay más circunstancias en su contra. De forma demasiado frecuente, las largas batallas se prolongan más de la cuenta por la mala IA y sus fallos. Tampoco es un título-estandarte para esta consola; su gestación contra los elementos se manifiesta a través de unos visuales simplemente aceptables. Brilla a veces, pero éste sólo sirve para mostrar lo primitivos que son los escenarios; una aspereza reflejada e incluso excedida por una historia superflua.

Es una experiencia que gana mucho con el *online*, y, aunque depende del honor de tus oponentes, su duro encanto es compulsivo. *Battlestations Midway* dibuja el terreno entre el *arcade* y la estrategia en tiempo real lo suficiente como para sugerir que futuras batallas pueden ser más capaces y decisiva. **[5]**



ORCS & ELVES

DISPONIBLE EN: MOVISTAR, ORANGE, Y VODAFONE
LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE ESTUDIO: ID SOFTWARE
WEB: WWW.EAMOBILE.COM PRECIO: 4 €

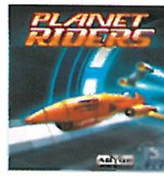
Los juegos que unían géneros tan distintos como la acción 3D y el rol de fantasía medieval eran hasta ahora patrimonio casi exclusivo de los ordenadores personales con alguna incursión en las videoconsolas. El motivo eran los altos requisitos gráficos para ofrecer un producto de calidad. Gracias a las nuevas generaciones de teléfonos móviles, algunos de los cuales ya incluyen chips con aceleradores gráficos, ya es posible que aparezcan juegos de este tipo como *Orcs & Elves.* Se trata de un juego de rol para móviles en primera persona que mezcla la estrategia por turnos y la acción en tiempo real, circunstancia que le hace apartarse de clásicos como *Heretic,* donde predominaba ser el más rápido utilizando la varita mágica. En este caso, tener una buena cabeza para definir estrategias de combate es mucho más importante que la velocidad de tu dedo en el botón. El juego ha sido creado exclusivamente para teléfonos móviles por id Software, toda una experta en el género de acción, y Fountainhead Entertainment. Su mejor característica técnica es el motor gráfico de nueva generación ya utilizado en *Doom RPG.* Gracias a la combinación de la acción en primera persona, y la mecánica de acción táctica por turnos, *Orcs & Elves* puede marcar un punto de inflexión en los juegos para móviles, ya que combina elementos de estrategia y acción que no han aparecido antes en esta plataforma. El objetivo del juego es proteger la fortaleza Dwarven de todo tipo de monstruos que "ayudan" a que la duración del juego sea de más de cinco horas. En el lado negativo se encuentra una excesiva sencillez, sobre todo para los fanáticos de los juegos de acción 3D, acostumbrados a extensos e interminables mapeados. Por todo lo demás, resulta excelente en jugabilidad y muy original. **[7]**



Ya no hay que esperar para disfrutar juegos 3D en los teléfonos móviles. Gracias a Fishlabs, ya están aquí, con varios títulos disponibles.



Los desarrolladores han abusado de la inspiración en *Gladiator* para la banda sonora. El nivel de la arena sufre unos efectos de sonido muy rudos.



PLANET RIDERS

DISPONIBLE EN: MOVISTAR, VODAFONE Y ORANGE
LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE ESTUDIO: I-PLAY
WEB: WWW.IPLAY.COM PRECIO: 3 €



Las carreras espaciales están de moda desde *La Amenaza Fantasma.* Esta versión para móviles tiene todas las posibilidades que se han visto ya en consola y en PC.

La llegada de motores gráficos 3D a los móviles está facilitando la creación de juegos más avanzados para esta plataforma. Cuando se ve por primera vez, es fácil compararlo con *Wipeout,* el juego de carreras futuristas más cercano a este nuevo juego para móviles. Y lo cierto es que no se puede decir que sea un juego que se aleje mucho del apartado gráfico de la versión PC, ya que los gráficos 3D pueden competir con las primeras versiones de este juego. Fishlabs, la creadora del motor gráfico, es una de las pioneras en este sentido, con varios títulos en su haber.

En *Planet Riders* tendrás todas las posibilidades que has visto ya en PC o consola: recoger y utilizar armas, aceleraciones, ítems de salud, podrás elegir una gran cantidad de vehículos, mejorar el tuyo, correr en diferentes escenarios... En definitiva, se trata de un completo juego de carreras, con un control muy bien adaptado al teléfono móvil. Como apunte, un detalle que los aficionados a los juegos de PC y consola apreciarán: Fishlabs incluso anuncia que el juego puede presentar 30 imágenes por segundo en terminales de última generación, como un Nokia N73, lo que ofrece una suavidad de movimiento sin precedentes en esta plataforma. Por otro lado, y para completar sus características, la banda sonora está al mismo nivel que el apartado gráfico. Eso sí, es poco original y no aporta nada nuevo, pero si sólo quieres pasar un buen rato, *Planet Riders* cumple perfectamente. **[5]**



GALAXY ON FIRE

DISPONIBLE EN: MOVISTAR LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE
ESTUDIO: I-PLAY WEB: WWW.IPLAY.COM PRECIO: 3 €

Galaxy on Fire ha conseguido ya seis premios en certámenes y medios impresos y *online.* Es un título que rompe con todo lo que se ha visto hasta ahora en esta plataforma. Te sumerge en una aventura intergaláctica entre humanos y el Imperio alienígena VossK Empire, en el que tienes el papel de un mercenario que debe realizar diversas misiones a quien pague mejor, una especie de primo lejano de Han Solo, pero sin George Lucas por medio.

Para una "ópera espacial" de estas características, las cifras son importantes y el juego incluye 10 razas distintas de alienígenas, 20 naves diferentes y más de 500 planetas y estaciones espaciales que sirven como escenario para las misiones. Una buena parte de la táctica del juego se basa en una correcta elección de la nave para combatir al enemigo de turno, lo que le da una cierta perspectiva estratégica que aporta algo de variedad a lo que podría ser un *arcade* muy sofisticado.

Gráficamente, *Galaxy on Fire* es espectacular, las explosiones están muy conseguidas, y el motor 3D cumple a la perfección su función, por lo que resulta un título muy atractivo para fardar con el móvil. Pero como ocurre con todos los matamarcianos, por muy sofisticados que resulten, con el tiempo se vuelven repetitivos y *Galaxy* se convertirá solamente en un buen recuerdo. **[5]**



No hay nada más relajante que limitarse a pulsar el botón para destruir bits de colores.



VA DE RETRO

SUPER MARIO SUNSHINE

PLATAFORMA: **GAMECUBE**
DISTRIBUCIÓN: **NINTENDO**
ESTUDIO: **NINTENDO**
ORIGEN: **JAPÓN**

Mario tuvo que trabajar durante su semana de vacaciones en su aventura más extraña... ¿o en realidad se trata de su aventura más realista?

"Todo comenzó cuando oí que este era un hotel de cuatro estrellas", se queja un pianta con una florida camisa hawaiana abierta, gafas de sol y sombrero de paja, en el vestíbulo del Hotel Delfino. "¿Que hay humedades en las habitaciones? ¡Qué poca categoría!".

> **¿Desde cuándo fue la vocación de Mario más que una excusa para sacar tuberías gigantes y unos petos azules?**

Captando la indirecta, llevas a Mario a examinar la húmeda mancha que se extiende por un rincón y, en un momento de clarividencia, se te ilumina la mente. Mario, por primera vez en su larga carrera como videojuego, actúa como un fontanero. En ese momento, hace cuatro años y medio, el mundo de Mario –el mundo de Shigeru Miyamoto, el Reino de la Seta– se desmorona. Y te da la risa.

Esa momento, esa exquisita bromita a costa de Mario y de ti mismo resume el significado de *Super Mario Sunshine*, el más díscolo de toda la serie de plataformas de Mario. Al fin y al cabo, ¿desde cuándo fue su profesión más que una excusa para sacar tuberías gigantes y unos petos azules? ¿Y desde cuándo su humor fue más allá de los porrazos y el surrealismo para incluir comentarios sociales e ironías posmodernas?

Al aparecer mucho después del lanzamiento de la GameCube, y seis años después del último *Super Mario* decente, *Sunshine* despertó una expectación en la historia de los juegos de Nintendo como no se había visto desde *Ocarina del Tiempo*. Igual que su compañero de generación *The Wind Waker*, se ha convertido en un paria entre los nintendófilos, en el símbolo de la pérdida de rumbo de la empresa antes de reinventarse bajo la sombra de la DS. Pero mientras el juego de *Zelda* todavía genera debate, en torno a *Sunshine* se crea sólo un embarazoso silencio.

Se merece algo mejor. No porque sea un plataformas con calidad; eso se da ya por supuesto. No, merece atención precisamente porque se equivoca, o, más bien, se equivoca a medias. Este trabajo fascinante y esquizofrénico se desvía de lo que





CAÑÓN FLUDD

Mario siempre ha usado *power-ups*, pero en aquellas raras ocasiones en que tiene compañero (Yoshi en *Super Mario World* es el que se viene a la mente) es tan mudo como él. Fludd, el cañón de agua que además le permitía a Mario planear, precipitarse y disparar en el aire, es también un guía parlante. De hecho, el cañón de agua da paso a algunos de los momentos disparatados más inspirados del título, y los modos Turbo y Rocket son *power-ups* clásicos, pero su boca trompetera es un signo distintivo del más puro Mario. Por encima de todas las otras estrellas de las plataformas, Mario en realidad no debería necesitar la ayuda de los saltos; es casi (aunque evidentemente no del todo) tan malo como otorgarle un doble salto.





Sunshine muestra que la impronta de Mario lleva a los diseñadores del juego un paso más allá de todo lo conocido, dejando que encuentres los trucos por ti mismo.



hasta entonces hacía que un juego *Mario* fuera un juego *Mario*... y, sin embargo, en otros aspectos responde al perfil con tal elocuencia que es un punto de referencia esencial para cualquier estudioso de la serie.

Mario, Peach y la familia Toad van de vacaciones a la isla Delfino, adonde se dirigen en un hidroavión, un transporte romántico pero demasiado realista para el Reino de la Seta, demasiado prosaico. Cuando aterrizan se encuentra con más conceptos extraños: ira, sospecha, malentendido, pérdida del juicio, incluso un apunte de xenofobia. Los lugareños, los gordos piantas, acusan a Mario de estropear su isla a base de graffiti y arrebatos de ira destructora, que son naturalmente obra de un impostor, el maléfico Shadow Mario. Esta ambientación está relacionada con unas escenas pregrabadas tan feas y sin sincronización que irritan tanto porque no pintan nada en un juego de *Mario* como porque acaban con la interacción instantánea que caracteriza la serie.

El extraño mundo de *Sunshine* es demasiado similar al nuestro, lejos del absurdo mundo habitual de *Mario*, donde el bien es el bien y el mal es el mal. Ahí está la arquitectura: no se trata de un castillo de cuento de hadas, sino de Plaza Delfino, una ciudad de ladrillo y cemento llena de tiendas, conversación y gente que quiere que las cosas se hagan; sería más apropiado en un juego *Zelda*. De hecho, es un campo genial para *Mario*, y para que practique sus pasos, al igual que el castillo de Peach lo era en *Mario 64*, pero constantemente te sientes fuera de lugar.

La gente de la isla también está pintada de un modo más cercano a nuestro universo que al de Mario. Los piantas pueden tener una pinta tontorrona, pero son mucho más humanos que Mario y Peach, que tienen un aspecto más humano. Son generosos, caprichosos y exigentes, rápidos en juzgar y en atemorizarse.





Ni siquiera la espeluznante dirección de las escenas de vídeo arruina la terrible gracia edípica de Baby Bowser (a la izquierda). Pero, por gracioso que sea, la resolución es decepcionante.







Las motivaciones habitualmente puras quedan en cierto modo ensuciadas, incluso después de que Shadow Mario sea desenmascarado, y el asunto del esfuerzo sano (muy querido para la cultura japonesa, pero no para el descuidado mundo de Mario) queda algo matizado. Limpia la mancha de petróleo de la playa para un shine, limpia una encía gigante para un tercero, enseñando a los niños una pequeña lección entre tanto. Hacer un juego de tono familiar es una cosa, pero usarlo para impartir conferencias sobre cuidado dental es otra muy distinta.

El mundo de *Sunshine* es demasiado similar al nuestro, lejos del absurdo mundo habitual de *Mario* donde el bien es el bien y el mal es el mal

En la trama se aprecia un giro más adulto: Shadow Mario (que es un concepto más de *Zelda* que de *Mario*, con la dualidad con el lado oscuro) es Baby Bowser disfrazado, y en un momento dado secuestra a Peach porque cree que es su madre. En un golpe tremendo, la reclamación de Baby Bowser no es rechazada y el sexo hace acto de aparición en el universo de Mario por primera vez.

Por supuesto, todo esto es un simple trasfondo para la acción que en gran medida implica correr, saltar y coleccionar cosas. Pero es sólo eso: fondo, contexto, sugerencia, ese tipo de apuntes que los juegos de *Mario*, por regla general, no contienen. Normalmente, su perversa lógica no tiene ton ni son, y extraer esa lógica de los principios supone buena parte de la esencia del placer y el genio de la franquicia. En *Sunshine* la lógica posee una incómoda proporción de equipaje traído del mundo real, lo cual supone el máximo contraste posible respecto de todo lo conocido.

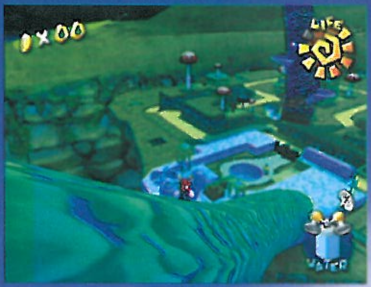
El prosaico mundo de *Sunshine* esconde varios niveles "secretos" que se adentran en la más pura abstracción y se acercan a la esencia del juego de plataforma que ofrece cualquier *Mario* anterior, sea 2D o 3D. Los juegos de plataforma van de echarle valor, sincronización, agilidad y superación del miedo a caer, pero los breves y duros niveles secretos de *Sunshine* no tratan de absolutamente nada más. Te presentan unas carreras al asalto de bloques de colores suspendidos, deslizándose y cayéndose en un vacío sin fondo.

Visualmente, además, se apartan el cuasi rrealismo del exterior, y retrocede del surrealismo icónico más tradicional de *Mario* a un minimalismo abstracto. Algunos de los niveles son como cuadros de Mondrian en tres dimensiones, simples bloques de color colgando en un espacio vacío. Lo figurativo se abandona casi del todo. Llama la atención que sean estos niveles, y no los del "supramundo", los que inspiran el aspecto de *Super Mario Galaxy* (aunque su inteligente uso de los esferoides debería negar algunos de los problemas de cámara inherentes a ese libre flotar en 3D).

Nintendo estiró la filosofía *Mario* hasta el punto mismo de ruptura, umbral que muchos dirían que traspasó incluso. Pero fue un experimento que valió la pena. *Mario 64* redefinió de manera brillante la plataforma en 3D, pero fue una irrupción salvaje. Visto ahora, *Sunshine* parece un intento de reconciliar las direcciones hacia las que apuntaban los juegos de plataforma, con referencias a la aventura narrativa a medio camino entre el juego de rol y la acción. En su mayor parte no lo logró, pero tanto sus fans como Nintendo aprendieron un montón con aquel esfuerzo.

Y a veces sí que funcionó. *Mario Sunshine* proporcionó una definición de lo que son los juegos *Mario* como demostración de lo que no deberían ser. Se ha dicho que en ocasiones tienes que perderte para poderte encontrar; aquí cabe la esperanza de que las vacaciones de Mario brindaran a Nintendo una idea mucho más clara de su lugar en un mundo post-64.





Los niveles posteriores, más importantes, carecían en parte del encanto *kitsch* de Plaza Delfino, si bien su extraña construcción permitía cierto margen para un diseño inusual de los puzzles.







THE MAKING OF…
SPY VS SPY

De la tira cómica al Commodore… ojalá todas las licencias pasaran de un soporte a otro tan bien

PLATAFORMA: **C64** DISTRIBUIDOR: **FIRST STAR SOFTWARE** ESTUDIO: **MIKE RIEDEL** ORIGEN: **EEUU** FECHA DE LANZAMIENTO: **1984**

GoldenEye de Rare, y *Ghostbusters* de David Crane: a medida que van proliferando los juegos licenciados, los clásicos son más bien la excepción y no la regla. Por cada versión de una película que muestra una chispa de innovación hay cinco o seis que optan por la trillada opción de un FPS o un juego de combate en tercera persona. Si retrocedemos a comienzos de los años 80, la fórmula era todavía más simple: licencia equivalía a plataforma, fuera lo que fuera lo que se estaba licenciando.

Spy vs Spy, por tanto, destaca por ser algo diferente. Es un buen juego, no es una plataforma, y está construido a partir de una licencia de un modo que consigue hacer que parezca una genuina extensión de la idea inicial, en vez de una anomalía o una aberración. ¿Qué sucedió para que tal rareza fuera posible?

El primer secreto del éxito del juego reside en su auténtica devoción por el material del que parte. El diseñador del juego, **Mike Riedel,** asegura: "He sido lector de la revista *Mad* desde que recuerdo. *Spy vs Spy* fue siempre uno de mis favoritos, así que el juego fue un sueño hecho realidad".

Riedel comenzó su carrera en el ámbito de los videojuegos con *Bug Battle,* un clon de *Centipede* para Apple II que hizo siendo estudiante. La perspectiva de un cheque por unos cuantos miles de dólares hace que se comprenda lo que sucedió después: "Dejé el instituto, suponiendo que volvería a él en cuanto esto de los videojuegos hubiera pasado. Pero, claro, nunca sucedió".

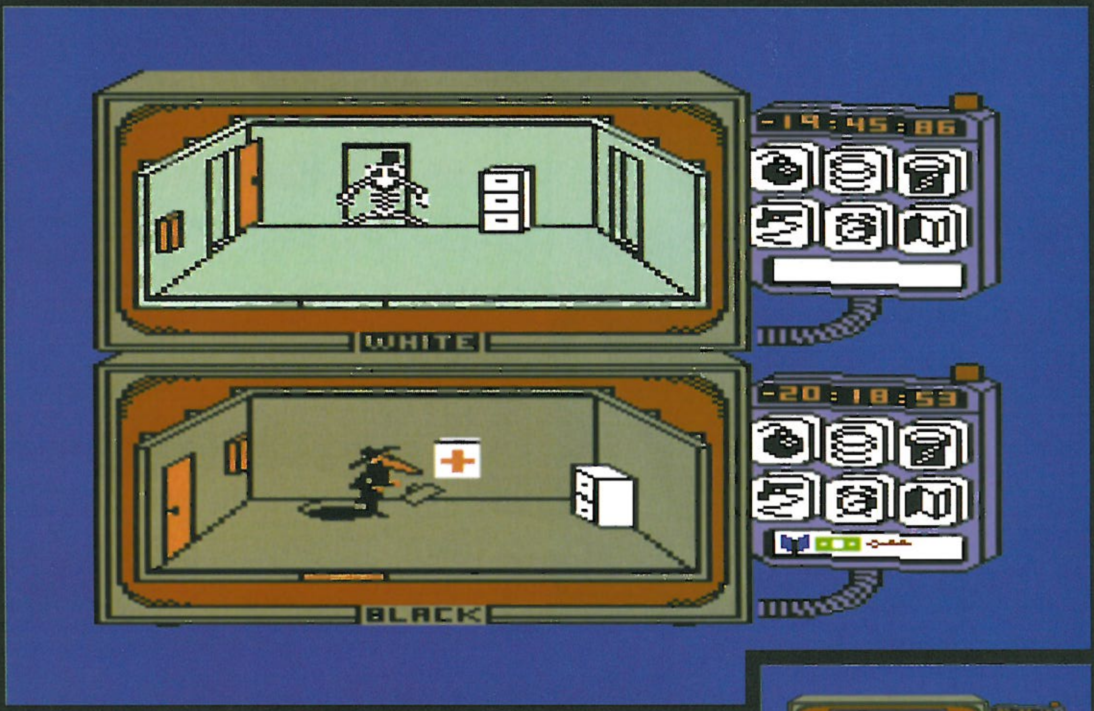
"He sido lector de la revista *Mad* desde que recuerdo. *Spy vs Spy* era uno de mis favoritos, así que fue un sueño hecho realidad"

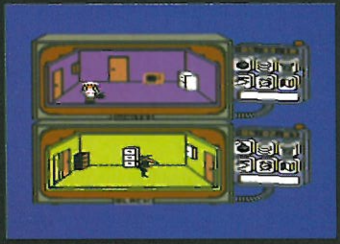
Tras unos cuantos juegos para el Vic-20, Riedel, con sólo 19 añitos, consiguió trabajo en Atari: "Tenía que trabajar en *Robotron,* que es precisamente mi juego preferido, y adaptarlo como accesorio del Atari 2600. Evidentemente, las cosas no podían ir mejor". No lo fueron. El proyecto se canceló y la oficina de Atari en Nueva



BALANCE DE PODER

El Trapulator, colocado a la derecha de la pantalla de juego, es donde el arsenal de cada espía se llena de trampas mortales. Desde bombas a ballestas para colocar en los armarios hasta agua electrificada para colocar sobre las puertas, el enemigo podía desactivar casi todos los recursos letales con medio de elementos que había en el juego. Sólo no podías desactivar la bomba de tiempo: más te valía no estar en la sala cuando acababa la cuenta atrás.





La pantalla partida de *Spy vs Spy* constituye un auténtico testimonio de la absoluta implicación de Riedel con su licencia. El Trapulator, a la derecha de la pantalla, es uno de los mayores aciertos de los juegos de 8 bits.

York cerró. Riedel volvió a ser desarrollador *freelance*, y entonces fue cuando le llegó la oferta para hacer *Spy vs Spy*.

Spy vs Spy es una tira cómica que lleva apareciendo en la revista *Mad* desde 1961. Creada por Antonio Prohias, un emigrante cubano, trata sobre las peleas de dos espías, Blanco y Negro, que se mutilan el uno al otro con una serie de trampas explosivas. Simple, sin trama y delirantemente cruel, es la base perfecta para un videojuego. Riedel explica: "Yo quería hacerlo de modo que pudieras jugar con la tira cómica. La idea para el juego emergió de manera natural. Quiero decir que la tira cómica giraba en torno a estos dos espías que estaban siempre tratando de superarse el uno al otro con sus absurdas trampas. ¿Qué mejor concepto podría soñarse para un juego? Era la licencia ideal".

La acción del juego de Riedel se sitúa en una embajada compuesta de una serie de salas: los dos espías rivales deben registrar el mobiliario de la embajada para encontrar varios elementos antes de escapar. Como los dos persiguen los mismos elementos, la estrategia consiste en que cada uno pone trampas en los muebles para matar al otro espía mientras realiza su búsqueda.

Riedel recuerda: "El proceso entero de desarrollo duró sólo unos meses. Por supuesto, hubo que hacer un montón de trabajo a contrarreloj y durmiendo muy poquito, pero lo que molaba era pasar de la fase del prototipo a materializarlo en tan poco tiempo". Aun así se las arregló para quedarse sin memoria: "Mi equipo para el desarrollo era un Apple II saturado de software: ¡la memoria y el espacio en el disco eran tan escasos que en un momento dado tuve que ir al código fuente y borrar los comentarios porque me ocupaban demasiado espacio! Eliminar unas cuantas palabras aquí y allá me permitió añadir unas pocas líneas más de código. Ese tipo de cosas son difíciles de imaginar ahora, cuando la memoria y el espacio en el disco duro son prácticamente gratis e infinitos".

"Son dos espías que intentan superarse el uno al otro con sus trampas, ¿Qué mejor concepto para un juego? Era ideal"

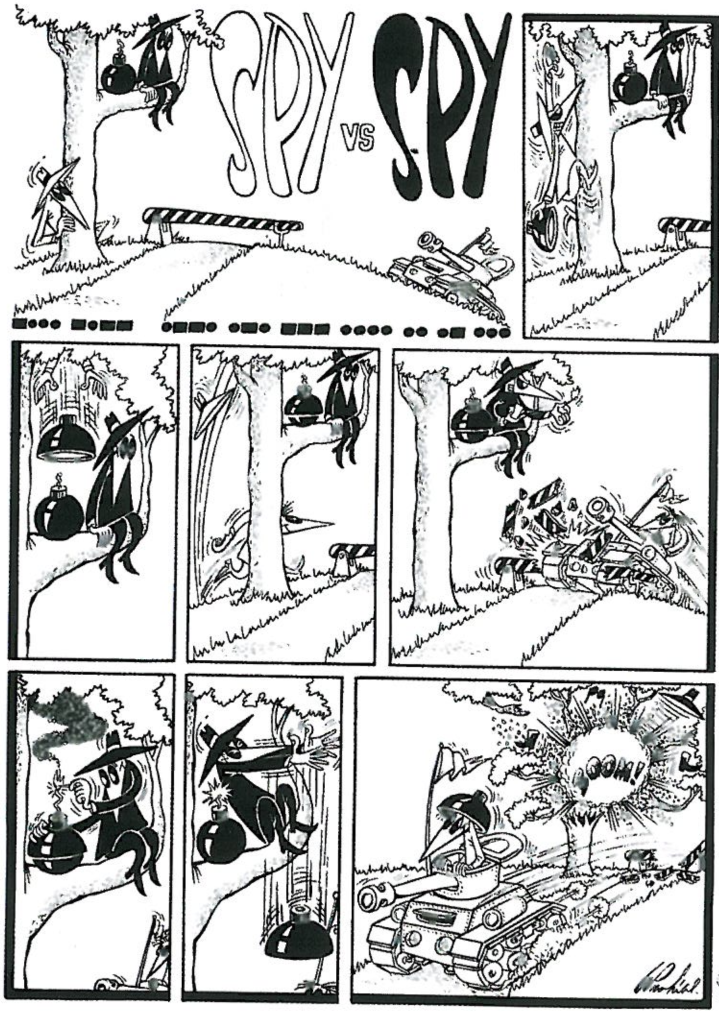
Además de suponer un desafío en cuanto al código, Riedel considera que el juego fue una especie de punto de inflexión. "Fue magnífico tener tanto control sobre todos los aspectos del juego: el diseño, la jugabilidad, la programación, los gráficos, el sonido. Pero para mí este juego marcó el comienzo del fin del trabajo en solitario. El distribuidor tuvo más influencia y control que en proyectos anteriores, lo cual era un tanto frustrante, aun cuando tuviera algunas ideas buenas. Y trabajé con un músico para escribir la música. Al final, la colaboración mejoró al juego, pero llevó algún tiempo acostumbrarse".

En cuanto a su jugabilidad, el mayor obstáculo para Riedel fue crear una inteligencia artificial que funcionase el modo de un jugador: "Era arriesgado apostar por un diseño multijugador en aquella época porque la mayoría de gente jugaba sola. Si la inteligencia artificial no conseguía el nivel exacto de dificultad, el juego sería una porquería. Creo que salió muy bien, pero, todavía hoy, nada supera la experiencia de jugar contra un jugador de verdad".

En última instancia, es el refrescante enfoque multijugador –un enfoque que aún no ha sido imitado– el que de verdad hace destacar a *Spy vs Spy*. Riedel permitió que el material original dictase una dinámica de necesidades en conflicto, lo cual dio al juego un carácter compulsivo e híbrido: mitad título de carreras, mitad de estrategia. En cierto modo fue una rareza: un



El mercado de juegos informáticos en 1984 hizo que el creador del videojuego viera escrito su nombre en la carátula de la caja.





Los trazos contundentes y simples del tebeo pasaron con cierta facilidad a la pantalla.

juego multijugador en el que la guerra total era a menudo la última opción, y en el que tus mejores planes se trazaban en un relativo secreto.

"Lástima que internet no estuviera desarrollada para entonces porque habría sido ideal para su jugabilidad", musita Riedel cuando se le pregunta cómo cree que ha envejecido su juego, y añade: "Al fin y al cabo, todos los juegos de hace unos cuantos años parecen bastante malos para los niveles actuales, pero lo que importa de verdad es jugabilidad. La buena jugabilidad no envejece".

Tras la comercialización del juego, Riedel escribió las versiones para Apple II y Atari, además de crear *Spy vs Spy II: The Island Caper,* que contenía varias trampas e ideas que habían quedado fuera de la primera entrega.

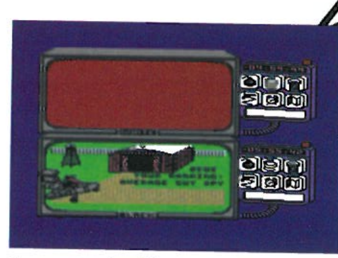
Vinieron a continuación otros juegos licenciados, a propósito de personajes de Barrio Sésamo, de Warner Brothers, de Disney, de Hanna-Barbera y de "tantos que no los puedo recordar". Y una década más tarde, Riedel volvió a alcanzar fama como diseñador de la serie *Postal:* "El impulso de hacer algo original era demasiado fuerte para ignorarlo, y el resultado fue *Postal.* Tenía una jugabilidad al estilo *Robotron* con una línea argumental retocada. Pensamos que era divertido, pero tuvimos un montón de publicidad negativa y muchos establecimientos se negaron a venderlo, a pesar de que al mismo tiempo vendían muchos juegos muchísimo más violentos y sangrientos".

Riedel se descolgó de la industria de los videojuegos tras *Postal 2,* pero admite que hace poco ha estado tentado de volver. ¿La razón? Xbox Live Arcade: "Microsoft está diciendo lo correcto para intentar atraer sangre fresca y juegos innovadores. Aunque existe el peligro de que se convierta en un lugar en el que los distribuidores aparquen versiones aburridas de todos sus viejos títulos. A mí me gusta un juego clásico como al que más, pero Live Arcade podría ser algo muy guay si lo gestionan bien".

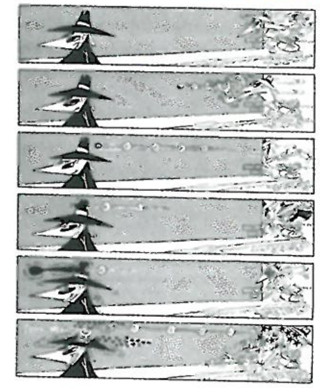
Sobre el misterioso ingrediente que otorgó el éxito a *Spy vs Spy* y sumió a tantas otras licencias en el fracaso, Riedel tiene su propia teoría, que va más allá de las habilidades para la programación o el simple amor por el material: "A los distribuidores les gustan las licencias porque esperan aprovechar los fans y el marketing ya existentes. La idea es que todo al que le guste la peli *Matrix* querrá comprar el videojuego. Por desgracia, los juegos licenciados a menudo se desarrollan bajo una presión extrema del tiempo y suelen derivarse a equipos de desarrollo de segundo nivel. Los desarrolladores no disponen de dinero ni tiempo suficiente para hacerle justicia. Al final, nadie queda contento con los resultados, pero un montón de distribuidores repiten una y otra vez ese ciclo, con la esperanza de dar un pelotazo. Cuando editores y licenciatarios insisten en un producto de calidad y dan a los desarrolladores el tiempo y el presupuesto necesarios, el producto final puede ser tan bueno como cualquier juego no licenciado".

Quizá resulte irónico para un juego que se basa en una acción tan frenética, pero fue el tiempo lo que permitió a Riedel crear algo memorable a partir de su licencia. No tiempo de desarrollo, sino tiempo de reflexión, el preciso para explorar el material original en busca de la idea clave, y sólo entonces ver dónde podría llevarle.

Y el verdadero premio para Riedel, incluso mayor que el placer de ver que un juego se juega 20 años después, fue algo más personal: la ocasión de conocer a sus héroes. "Dos de los momentos más memorables de aquella época fueron cenar con los escritores y los artistas de la revista *Mad* y luego conocer al propio Antonio Prohias en la fiesta de lanzamiento del juego. Fue surrealista encontrarme entre toda aquella gente cuyos nombres yo llevaba leyendo en la revista desde que tenía ocho años. Tú no piensas que de verdad sean personas reales, y de pronto estás sentado cenando con ellos", recuerda.



Tras encontrar la salida al aeropuerto, el espía victorioso tiene que volar por el cielo (y fuera de la pantalla de la tele). Hay varios premios disponibles al final del juego, pero la verdadera recompensa es ver explotar a tu oponente.



SINCRONIZACIÓN

Como sucede en la tira cómica, las trampas en *Spy vs Spy* (obedeciendo a la estructura clásica de las peleas entre Laurel y Hardy) funcionaban como gags: tú las preparabas, y después tu confiado enemigo las activaba, y eso se veía con la pantalla dividida. Es desmoralizante para los historiadores del humor en los juegos constatar que pocos títulos recientes hayan conseguido igualar el grado de hilaridad que causa ver a tu enemigo atravesando cinco habitaciones perseguido por una ballesta. Fue difícil, pero desde luego valió la pena el esfuerzo.



Creadores

Como el DNI de los desarrolladores

- **EMPRESA:** Blimey! Games Ltd
- **FUNDADA EN:** junio de 2005
- **NÚMERO DE EMPLEADOS:** más de 60 a tiempo completo
- **EQUIPO DIRECTIVO:** Ian Bell, CEO/director creativo
Andy Garton, director técnico
Stephen Viljoen, COO/diseñador
Eric Boosman, director creativo asistente

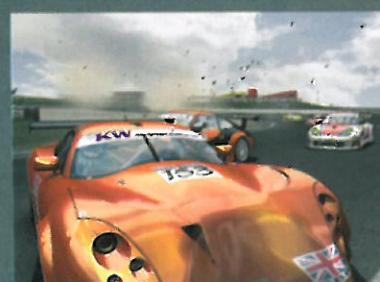


- **URL:** www.blimeygames.com
- **SOFTOGRAFÍA SELECCIONADA:** (como parte de SimBin)
GTR, GT Legends, GTR 2











Los juegos de Blimey! tienen un alto nivel de realismo, lo que aumenta la dificultad para hacerlos.

- **UBICACIÓN:**
Londres, Reino Unido
- **PROYECTOS EN CURSO:**
Un título de carreras con la licencia oficial de Ferrari y están considerando ofertas de distribuidores para el desarrollo de un segundo juego de carreras en febrero

TODO SOBRE EL ESTUDIO

"Blimey! Games es una empresa de desarrollo de software de entretenimiento con sede en Londres y compuesta por artistas y programadores de calidad mundial, unidos por la sola visión de crear los más auténticos y detallados productos, que puedan proporcionar las experiencias de juego más divertidas y de inmersión posibles.

Creemos que el juego más satisfactorio es el que logra un gran nivel de inmersión. Cuanto más detallado es un juego y mejor encajan los detalles, más divertida la experiencia. Nos esforzamos constantemente por mejorar los detalles y el realismo para proporcionar las mejores experiencias de juego. El método de desarrollo utilizado en Blimey se llama "subcontratación interna", y actúa como palanca sobre los beneficios de los costes de la subcontratación de manera novedosa. Aunque tenemos una oficina de desarrollo bastante grande en Londres, nuestra compañía opera "virtualmente", empleando el talento de muchos desarrolladores y artistas de todo el mundo.

Todos tienen voz para expresar sus opiniones en cada aspecto de un proyecto y, por lo tanto, la oportunidad real de hacer el juego que ellos quieren. De esta manera, todos hacen suyo el proyecto. Esto es también lo que nos permite tener una plantilla tan cualificada. La moral se mantiene alta si sientes que realmente importas y puedes aportar algo".



A fondo

Todo sobre los nuevos desarrollos

El modelo de este año

Hardware potente y técnicas avanzadas se combinan en nuevas herramientas de modelado que pueden controlar los artistas

En el desarrollo de juegos, como en cualquier otro aspecto de la vida, suele suceder que la necesidad es la madre del ingenio. Esto ocurre, sobre todo, cuando hay que adaptar una técnica muy completa para que la puedan utilizar fácilmente artistas, programadores y diseñadores.

Así, la adopción de mapas normales ha hecho que aparezca una nueva generación de herramientas flexibles de tratamiento de superficies y escultura digital como Zbrush de Pixologic, que controlan los creativos. Su repercusión ha sido tal que otras empresas se han lanzado a ofrecer herramientas más extrañas, como Modo, Mudbox o Silo. Combinadas con el replanteamiento de los métodos de trabajo que están llevando a cabo los estudios presionados por la complejidad de los datos de las máquinas de nueva generación como PlayStation 3 y Xbox 360, han generado una atmósfera fluida.

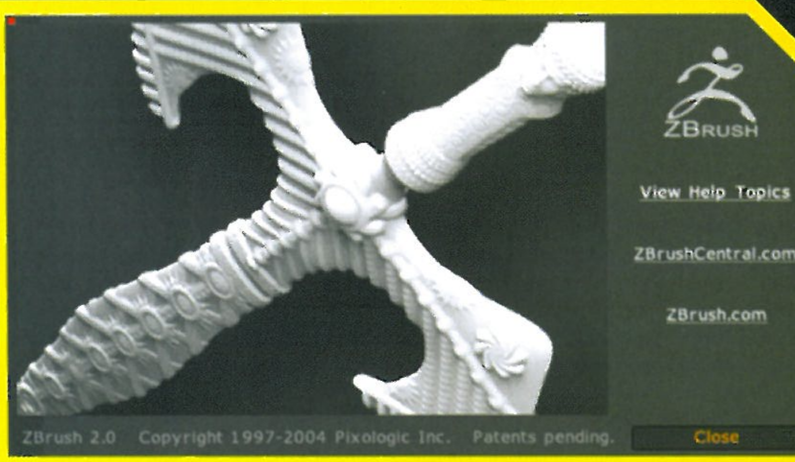
A comienzos de la década fueron los estudios centrados en el desarrollo para PC, como Crytek o Epic, los que defendieron los mapas normales, y ahora se han convertido en un término de marketing sinónimo de potencia técnica. Había algo de cierto en ese mensaje en la época en que sólo ciertos juegos para PC y Xbox utilizaban esa tecnología, pero hoy en día casi todos los juegos la emplean.

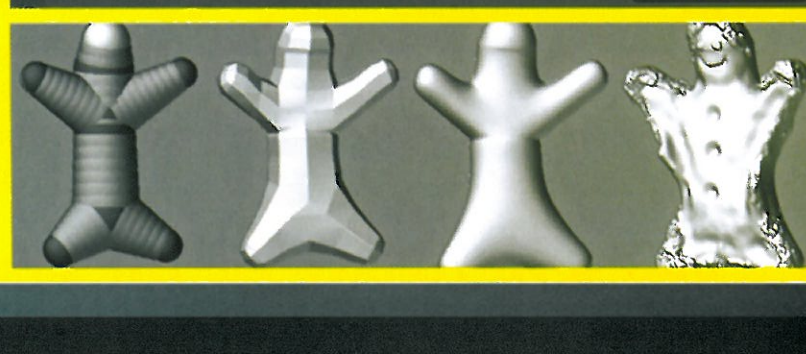
Sin embargo, para que fuera así hubo

Los mapas normales casi se han convertido en sinónimos de potencia técnica

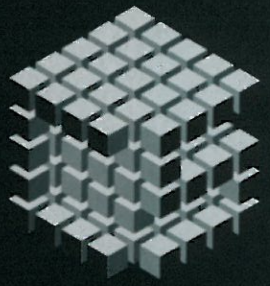
Producto:	**ZBrush v2.5**
Fabricante:	**Pixologic**
Precio:	**400€**

Zbrush es una herramienta para esculpir que modela, textura y pinta. Hace todo usando un concepto llamado píxoles, que trasciende la idea de los datos cromáticos contenidos en los píxeles tradicionales incorporando información sobre profundidad, material e iluminación. Otra faceta interesante de ZBrush es como mezcla imágenes 3D con las llamadas 2.5D, que son imágenes 3D proyectadas sobre el segundo plano de un proyecto ZBrush. Esto permite crear escenas muy complejas, con hasta diez millones de polígonos con los que se puede trabajar haciendo un uso eficiente del procesador y la memoria.
www.pixologic.com





ZBrush se popularizó entre la industria de los videojuegos con la adopción de los mapas normales, pero sus funciones adicionales, como textura (arriba, derecha) y pintado 3D le dotan de una capacidad mucho mayor. A la derecha, la progresión del modelado de un muñeco hecho de galleta de jengibre con ZBrush: empieza con una malla y, a través de bocetos con una resolución cada vez más alta, se llega a un modelo final, con gran detalle.



que resolver dos problemas. El primero, crear versiones de muy alta resolución de modelos internos del juego de baja resolución a partir de los cuales se generan los mapas normales. Habitualmente consisten en millones de polígonos, que requerían que los artistas modelaran usando técnicas mucho más eficientes y flexibles, como las herramientas de escultura o las superficies subdivisibles.

Una vez se creó el modelo de alta resolución, el segundo obstáculo era generar el mapa normal propiamente dicho. Se llama así porque contiene información de cómo interactúa la superficie de un objeto con el modelo de iluminación, calculada deduciendo el normal (el modo como se afronta un modelo) a partir de puntos de la superficie, con lo que el mapa incorpora los detalles de iluminación del modelo de alta resolución, que luego puede aplicarse al modelo del juego a baja resolución sin utilizar los altísimos recursos de memoria que precisaría el modelo original.

Algunos estudios resolvieron esta fase de cálculo utilizando sus propios sistemas inteligentes; Crytek creó Polybump, grandes compañías de herramientas como Nvidia o Autodesk ofrecieron opciones dentro de sus productos actuales. Epic utilizó las herramientas que venía con el 3ds Max de Autodesk. Del mismo modo, tras trabajar en la primera parte del flujo de trabajo del mapa normal, Pixologic creó su propio plug-in para ZBrush, ZMapper, para permitir a los creativos desarrollar su proceso de mapeado normal dentro de un único y mismo paquete.

Por supuesto, los mapas normales son sólo una técnica dentro de las posibilidades que tiene el desarrollador. Otras opciones ahora extendidas son el mapeado de desplazamiento y el mapeado parallax (también conocido como mapeado de desplazamiento virtual), mientras que por el lado artístico también se está trabajando en nuevas maneras de crear y generar texturas, como los mapas de oclusión ambiental. Parece que hay muchas más invenciones en camino.

Producto:	**Mudbox v1**
Fabricante:	**Skymatter**
Precio:	**500€**

Sabiendo que ha sido creado por los directores de efectos especiales de Weta Digital y responsables de juegos de EA, es lógico que los desarrolladores estén deseando probar Mudbox. En realidad, en Naughty Dog e Id Software ya lo están usando. Como ZBrush, permite un esculpido de alta resolución a base de pinceladas, algo vital para crear los modelos para un mapeado normal. Un argumento distintivo de Skymatter es su empleo de capas 3D que, como Photoshop, permite que los artistas modelen con capas independientes que pueden editarse y retocarse. Otra función genial es el modo que tiene de permitir que los artistas esculpan simétricamente sobre modelos dispuestos en posturas asimétricas. Mudbox es sólo para modelado puro, sin las opciones de texturado y pintado de ZBrush: se supone que los modelos terminados se procesan con otros paquetes como Maya, 3ds Max o Deep Paint.
www.mudbox3d.com



Comercializado hace muy poco, Mudbox permite que los artistas esculpan digitalmente objetos de gran nivel de detalle.



Producto:	**Silo v2 (beta)**
Fabricante:	**Nevercenter**
Precio:	**100€**

Es un paquete de modelado 3D que utiliza polígonos y superficies subdivisibles. Silo ha sido completamente reescrito para tener en cuenta las nuevas técnicas del cine y los videojuegos. Un añadido significativo es lo que Nevercenter denomina pintado de desplazamiento. Basado en el mapeado de desplazamiento, añade detalle a modelos desplazando ligeramente puntos sobre su superficie. Esto otorga un mejor aspecto visual general que los mapas normales, pero necesita más procesado y memoria. Permite que los artistas mantengan sus mapeados de desplazamiento dentro de su modelado más amplio mediante pincelada. Otra función interesante es su conjunto de herramientas de envoltura UV automática, que mapean texturas 2D planas y las trasladan a superficies de modelos 3D.
www.nevercenter.com



Modo 202 puede usar tanto polígonos como superficies subdivisibles, lo que permite crear modelos de líneas suaves.

Producto:	**modo 202**
Fabricante:	**Luxology**
Precio:	**750€**

Modo es el paquete de creación 3D de nueva generación con más prestaciones. Desarrollado por un equipo que había trabajado antes en el producto LigthWave, es un software de modelado, renderizado y pintado. En el área de modelado emplea una estrategia por capas, que, junto con una arquitectura basada en el uso de sombreador, permite incorporar técnicas como las texturas procedurales y el pintado mediante mapas tipo *bump.* El renderizado es menos importante para los desarrolladores de juegos, pero puede resultar útil para el efecto de la iluminación ambiental sobre las texturas y, desde luego, para generar cosas como mapas normales y mapas de oclusión. Modo está además bien integrado dentro de la dinámica creativa actual, junto con paquetes como Photoshop, Maya y 3ds Max.
www.modo3d.com



POR JEFF MINTER

EL PROGRESO DE YAK Notas desde el taller del diseñador de juegos

LOS JEFES ESTÁN CONDENADOS

Uno de los juegos con los que mejor me lo he pasado últimamente ha sido *Doom* en Xbox Live Arcade. He disfrutado como un enano jugueteando de nuevo con los viejos niveles que me eran familiares, encontrándome un montón de toros rosas muy monos y Barones del Infierno: buenos cuernos, terrible actitud. Jugar a un *FPS* con un *joypad* es mucho más relajante cuando sólo tienes que apuntar sobre un eje. Es una lástima que no hayan implementado un título de *Doom* a más resolución, como *JDoom* o *ZDoom,* que habrían tenido una pinta estupenda en mi gran plasma; XBLA *Doom* es como tu *Doom* de toda la vida, con el aspecto que tenía en 1983 en el PC. Pero, pasados unos minutos, dejas de quejarte por los gráficos porque consigue que te sientas bien jugando.

Ahora el tiempo para jugar ha quedado relegado a los fines de semana, aparte de los ratitos que me bajo la DS al bar. Estoy pasando ratos francamente buenos con *Space Giraffe,* tras una reciente unión con el código de Giles. Me he estado instalando el material necesario para la jugabilidad en el motor Neon ampliado en el que ejecuto *SG,* mientras que él ha estado tratando con todos los elementos necesarios para comunicar con Xbox Live (lo cual, incluso para un juego tan simple como el nuestro, que solamente, cuenta con una tabla o dos de marcadores *online* ya es bastante complicado). Todo esto lo hemos unido sobre una base de código, de tal manera que ahora puedo empezar un juego, jugar unos cuantos niveles, perder mis vidas y llegar a la pantalla de Game Over, con lo cual mi puntuación sube al marcador Live y puedo compararla con las de mis amigos o el resto del mundo; y puedo ir registrando los Logros a lo largo del proceso. El motor es bastante completo, y hace lo que debería hacer con Live; ya existe el esqueleto de un juego como es debido, y en las próximas semanas mi trabajo es dotarlo de musculatura con los niveles que compondrán el juego.

Esto supone diseñar nuevos enemigos y sus conductas, y añadirlos a los niveles. No tienen que ser cientos; basta con que haya tantos como para introducir unos cuantos nuevos cada pocos niveles, y sus comportamientos han de ser lo bastante flexibles como para que se vuelvan más exigentes a medida que se eleva la curva de dificultad. No hay necesidad de jefes finales, puesto que no los habrá en el juego. No soy un admirador de ese estilo de diseño de juegos que supone que tienes que salpicar el progreso del juego con jefes finales, aunque se hace en tantos juegos que ya parece una norma. Prefiero que mi curva de dificultad sea llevadera antes que abrupta. Sí te encontrarás con niveles con una dificultad muy alta de vez en cuando, pero se tratará de niveles enteros más que de choques con un jefe, y en vez de suponerte un brusco parón como a veces sucede, puede que sencillamente superarlos te cueste unas cuantas vidas más si no tienes la suficiente habilidad. No vuelves al principio del nivel cuando pierdes una vida, así que, incluso en un nivel difícil, podrás avanzar si te quedan todavía vidas.

> "No soy un admirador del estilo de diseño de juegos que supone que tienes que salpicar el progreso del juego con jefes finales"

De hecho estoy creando justo lo contrario de los niveles con jefe final: los Bonus Rounds, una especie de nivel flotante en el que no podrás perder vidas pero en el que, si lo haces bien, podrás ganar puntos y vidas extras: descubrí que la alternancia entre las fases de disparos y de no-disparos funcionaba bien en *Tempest 2000,* así que voy a buscar esa misma sensación otra vez, aunque sin imitar lo que había en *T2000.* Todavía tengo que diseñar el Bonus Round de *SG:* supongo que lo haré después de completar los niveles del juego principal.

Me encanta que en *SG* nunca te pararás ni quedarás atascado. Con demasiada frecuencia los diseños basados en jefes finales hacen que en una fase te topes con uno que acabe frustrándote. Ningún juego debería obligarte a jugar una y otra y otra vez el mismo tramo volviendo al mismo punto de partida. En *SG* algunos niveles te supondrán un desafío tremendo y drenarán tus recursos si todavía tienes que pulir tu técnica, pero nunca tendrás esa sensación de haberte atascado que puede acabar con el entusiasmo de cualquier jugador. Incluso los principiantes serán capaces de avanzar sin verse nunca forzados a un parón completo en ninguna fase, y. a medida que los jugadores mejoran, adquieren más vidas en niveles que ya conocen, y aprenden técnicas mejores en los niveles más difíciles, y progresan un poco más rápido cada vez sin chocarse contra el muro de frustración en el que los diseños basados en jefes suelen convertirse. Y en vez de sufrir esos momentos de desesperación en que le gritas a la tele, tendrás tramos de relajación y disfrute, y una oportunidad para rescuperarte para la siguiente parte de niveles exigentes.

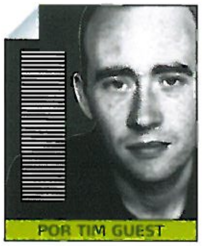
Ese es el plan; ahora todo lo que tengo que hacer es materializarlo y equilibrarlo de manera que quede bien. Y esta fase puede resultar más complicada en sí que construir las interioridades del motor del juego. Es el tipo de cosa que no se puede enseñar ni aprender por medio de un libro; todo responde a sensaciones, e instintos, y muchas, muchas tazas de té.

Así que mejor te dejo y pongo la tetera.

Jeff "Yak" Minter es fundador del laboratorio británico Llamasoft, cuyo proyecto más reciente fue el sintetizador visual integrado en la Xbox 360.



Ilustración: tstokes



POR TIM GUEST

LA COLUMNA DE GUEST Postales desde el universo *online*

RESPONSABILIDAD

El pasado enero, un juego de rol participó en la competición de juegos del festival anual de cine y multimedia Slamdance. Una semana después, el presidente del festival, Peter Baxter, prohibió al título competir. El juego era *Super Columbine Massacre Role-Playing Game,* en el cual el jugador planea y ejecuta un atentado contra el colegio.

En el cine, con el auge de los efectos especiales, el impacto se suele confundir con el dramatismo: una crítica que algunos hicieron a *Elephant,* la versión cinematográfica que Gus van Sant hizo del famoso tiroteo de Columbine. ¿Está sucediendo lo mismo con los videojuegos?

En los foros que hay abiertos sobre el juego de Columbine, las opiniones difieren. Para un internauta es 'la basura más enfermiza de la que he oído jamás... Es un juego sobre gente real que fue asesinada, ¿es que a nadie le importa?". "Este es un juego sobre gente real, dices", escribe en su respuesta **Danny Ledonne,** creador del juego. "Tienes razón, pero también lo son..." (y sigue una lista de juegos basados en guerras reales).

Ledonne escribe: "Creo que este juego ha mostrado, de forma evidente, que la cuestión no es si el tema pertenece o no a la ficción, sino cómo nuestra cultura lo percibe. La controversia que genera *SCMRPG* revela que los títulos antes mencionados no tienen nada que ver con las convenciones sociales y los modos de narración aceptables en películas, videojuegos y demás. En otras palabras: Los juegos sobre ataques militares organizados contra potencias enemigas son aceptables; los juegos sobre ataques civiles organizados contra otros ciudadanos dentro de la misma potencia son, en cambio, inaceptables. Creo que merece la pena cuestionar esa idea".

En noviembre del año pasado, en Emsdetten, al norte de Alemania, Sebastian Bosse, de 18 años, llevó una pistola y unas bombas caseras a su antiguo colegio y comenzó a disparar. Hirió a 11 civiles y a 16 policías, y luego se mató. Jugaba a *Counter-Strike,* un hecho al que el ministro del Interior alemán Gunther Becksten se agarró como a un clavo ardiendo. Becksten ha propuesto unas modificaciones de la legislación germana que, si son aprobadas, significarían que los que han creado, distribuido o incluso jugado con juegos violentos con"actos de violencia cruel o inhumana contra humanos o criaturas humanoides" tendrían penas de cárcel.

No nos sumergimos en los videojuegos para solucionar nuestros problemas. Queremos un descanso, un momento frívolo. Algunos estudios han demostrado que los niños con ordenador en casa se comportan un poco mejor en el cole; y otros, que el uso constante del correo electrónico puede nublar el pensamiento tanto como fumar hierba. Pero existe la teoría, además, de que con los videojuegos somos menos reprimidos porque nos dan una válvula de escape para los primarios impulsos violentos que la sociedad no puede permitir. El año pasado la policía de Edimburgo puso en práctica un plan para combatir el comportamiento antisocial: competiciones semanales de juegos entre la policía y jóvenes problemáticos (los polis solían ganar en los juegos de conducción, los gamberros en los de fútbol). Desde que el programa comenzó, el número de crímenes en la zona relacionados con la juventud se ha desplomado a la mitad.

> " Existe la teoría de que los videojuegos nos dan una válvula de escape para los primarios impulsos violentos que la sociedad no permite "

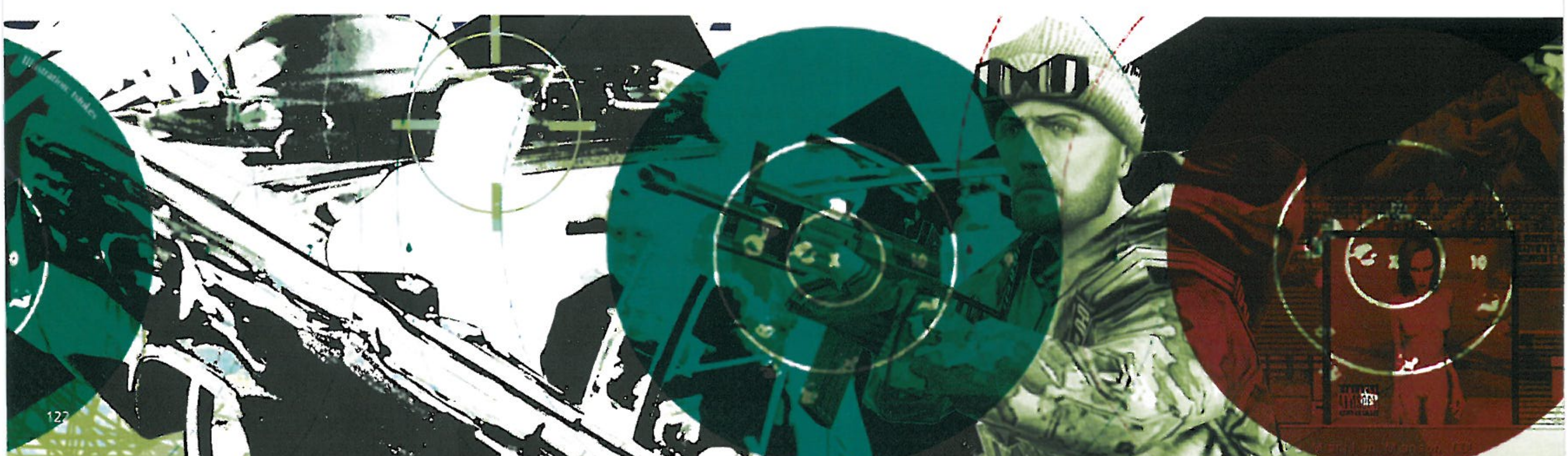
No es que la violencia en los juegos desencadene violencia en el mundo real. Tanto en Estados Unidos como en Gran Bretaña, el período durante el cual los videojuegos nacieron y crecieron, la tasa de crímenes violentos se ha ido reduciendo. Lo que sucede es que los juegos son el nuevo frente de la guerra moral.

En 1997 dos periodistas del canal de noticias WTVT de Fox descubrieron que los granjeros usaban una hormona, prohibida en Europa, para incrementar la producción de leche. Monsanto, que fabrica la hormona, presionó sobre la cadena para no emitir aquel reportaje. Fox pidió a los periodistas que alteraran la historia: rehusaron, y fueron despedidos. Litigaron y perdieron. El tribunal sentenció que no hay ninguna ley que obligue a los medios a decir la verdad.

¿Cuánto durarán estas mentiras en los medios y en el Gobierno? En algún momento, como ha dicho el financiero **George Soros,** la realidad intervendrá. Cuando le preguntaron por qué la popularidad de George Bush está bajando, Soros replicó: "La realidad. Esta administración estadounidense cree que puede manipular la verdad, pero la realidad, tarde o temprano, se revela. *Katrina* era la realidad. Irak es la realidad. No se puede engañar a la gente indefinidamente". Tras la época en que se respetaban las Convenciones de Ginebra, entramos en una era en la que el poderoso dice qué es correcto. Por eso el Gobierno chino ha anunciado un comité para examinar si los juegos *online* potenciaban el "sentimiento antinacional".

El asesinato y la guerra son serios, y cuando jugamos queremos olvidarnos de cosas serias. La policía moral no debe impedirnos disfrutar la ligera frivolidad que nos ofrecen los videojuegos; pero sí ayudarnos a recordar nuestra responsabilidad respecto del mundo que dejamos atrás cuando jugamos.

El libro de Tim Guest sobre mundos virtuales, Second Lives, saldrá en abril. Visita su página timguest.net




POR MR BIFFO

BIFFOVISIÓN Desbloqueada la opción de quejas

EL PROBLEMA MASIVO

Casi todo el mundo va al cine, ve la tele, escucha música y lee libros, pero no todo el mundo juega a los videojuegos. Es la parte del entretenimiento masivo que no logra cuajar en todos los grupos representativos de población... y, joder, cómo frustra eso a los más expertos en videojuegos.

Hasta ahora, los gobernantes de Videojuegolandia han intentado atraer a los grupos sociales no interesados en videojuegos haciendo los juegos que los niños prodigio del marketing les dicen que atraerán a ese público. Por desgracia, esos consumidores de han empeñado en mantenerse al margen de los videojuegos, y prefieren seguir inhalando la ración de entretenimiento que les recomiendan las revistas de cultura. Por muchos ponies, cacharritos rosas y elementos no violentos que introduzcas en la jugabilidad, parece que no logran saltar a la lista de tareas cotidianas del ciudadano de a pie.

Mi media naranja, por ejemplo, no le ve el sentido a los juegos. A menudo he de amenazarla con un cuchillo jamonero para que juegue. Los ve como una labor dolorosa, algo a mitad de camino entre rellenar el formulario para que me devuelvan el IVA de mis viajes e ir al dentista.

Nintendo ha tenido un valor increíble al hacer la Wii lo suficientemente potente —y sólo lo suficientemente—; el equivalente en los videojuegos a que Gran Bretaña dijera que desmantelaba unilateralmente su arsenal nuclear. No hay garantía de que sus enemigos no le borren del mapa, pero tampoco hay duda de que con su atrevida travesura contracorriente ha conseguido una notoriedad que GameCube nunca consiguió. Estas pasadas navidades serán para mí aquellas en las que vi a mis padres jugando uno contra otro a la Wii (vale, también serán las navidades en las que me comí una cucharada de hormigas... pero esa es otra historia).

> "Quizá sea hora de aceptar que a algunos sectores de la sociedad simplemente no les gustan los videojuegos y no les gustarán nunca"

Quizá en lo que se han equivocado los mandamases de la industria haya sido en no darse cuenta de que lo que hace que tanto los carrozas como las chicas detesten los videojuegos es el concepto en sí, no el tipo de juego. Quizá sientan un rechazo inherente al hecho de sentarse con un mando en la mano e interactuar con mundos virtuales durante unas horas. Quizá sea hora de aceptar que a algunos sectores de la sociedad simplemente no les gustan los videojuegos, y tal vez no les gustarán nunca.

Lo que diferencia a los videojuegos de las películas, los libros y la música es que no son una experiencia pasiva. La mayor parte del tiempo debes hacer algo para jugar con ellos: algo que va más allá de repanchingarse en el sillón.

En última instancia, el problema de buscar a un público masivo es el de encontrar los juegos masivos con los que intentas conseguir un cambio cultural. No va a suceder de la noche a la mañana, del mismo modo que permitir por ley que los pubs ingleses abran las 24 horas del día no va a modificar de inmediato la forma que tiene allí la gente de empinar el codo.

Hace poco me di cuenta de que la gente normal —la gente que no lee EDGE— siente una aversión congénita hacia lo que los jugones y las revistas definimos como 'buenos gráficos'. Lo que nosotros vemos como grandes juegos quedan a la altura del betún si los comparas con las cifras de los CDs de música. Yo valoro que *Gears of War* haya vendido un par de millones de copias, pero para ser el mejor CD del año debería vender un par de cientos de millones de copias.

Existe una gigantesca subcultura de la música, demasiado compleja y segmentada como para atraer a la mayoría, y me temo que, de alguna forma extraña, la mayoría de los juegos —si no todos— entran en esta categoría. Los juegos, en conjunto, son demasiado complejos para la mayor parte de la gente. O, al menos, lo parecen.

Si yo me pusiera a mostrar a mis hermanas o a mis padres —ninguno de los cuales podríamos describir como jugones precisamente— *Gears of War*, sencillamente se encogerían de hombros. Pero si los expusiera a Wii Sports se engancharían. Agita una DS y el *Tetris* ante sus ojos y probablemente se animarán a echar una partidita. Muéstrales *Vice City Stories* y darán un paso hacia atrás, horrorizados.

No creo que Sony y Microsoft estén desencaminados cuando persiguen el dragón de los gráficos, porque hay muchos jugadores que somos fanáticos de los gráficos (y con las actuales políticas de precios está claro que somos los suficientes para resultar rentables), pero nunca van a seducir a un público masivo utilizando ganchos como *Resistance: Fall of Man* o *Gears of War* para hacer atractivas sus consolas.

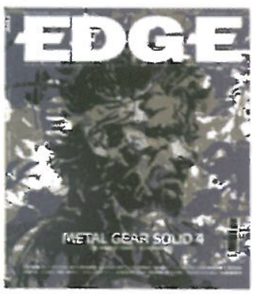
Sinceramente, creo que Microsoft haría mejor recurriendo a *Geometry Wars: Retro Evolved*, o a *Gauntlet* para vender su máquina. Al mismo tiempo, no estoy convencido de que eso resulte suficiente para salvar la distancia psicológica. Puede que la Wii haga una incursión en el público masivo, pero seguimos estando a un par de generaciones del día en que todo el mundo juegue con videojuegos.

Pero para cuando eso suceda, todos estaremos ahogados bajo tres metros de hielo polar fundido, pero eso no viene al caso.

Mr Biffo cofundó Digitiser, sección de videojuegos del teletexto en el británico Channel 4, y ahora escribe, sobre todo, para la televisión.


Ilustración: [illegible]

Fórum



Número 11

ONLINE OFFLINE

Extractos del foro de discusión de EDGE Online

Tema: **¿Qué juego enviamos a una galaxia muy muy lejana?**
Si el hombre enviara una cápsula al espacio con información sobre la raza humana, la música, el cine, etc. con la esperanza de que encontrara otro planeta habitado ¿qué juego incluirías? Yo apostaría por *Geometry Wars* porque es exuberante y cualquier criatura con un par de manos puede jugarlo. Claro que seguramente esos seres no tendrán una 360 para jugar.
superbauer

***Wii Sports*. Porque los juegos deberían ser también para mujeres, viejos y extraterrestres.**
soggymuppet

¿Por qué no *Destroy All Humans*?
Blimey

***Space Invaders* resulta perfecto para mostrarles cómo tratamos a los extraterrestres. Nos dejarán en paz.**
mandelbrot78

Supongo que a *ET* es imposible, ¿no?
Pause

Por fin es viernes por la tarde. Tu chica ha quedado esta noche, tiene una de esas reuniones de amigas, van a cenar en ese restaurante turco donde los camareros están tan buenos y luego a tomar unas copillas. Y tú, lejos de preocuparte de que tu chica y sus amigas vayan a mover su insinuante cuerpo hasta altas horas de la madrugada delante de una veintena de machos bebidos y en celo, estás contento porque has conseguido una flamante copia de *Gears of War*. Tienes la casa, tu tele de plasma de 37" y tu conexión a internet de banda ancha para ti solito hasta altas horas de la madrugada. Estás contento, y con razón, ¡que coño! Pero justo cuando introduces *Gears of War* en tu 360, recién llegada de su reparación en no sé qué pueblo perdido de Alemania, suena tu móvil. Es tu chica, su reunión de amigas se ha cancelado porque se ha muerto la abuela de Laura. Tu chica te acaba de preguntar "¿qué hacemos? ¿te apetece ir al cine?"

Recientemente se ha publicado una encuesta que asegura que el 37 por ciento de los jugadores de videojuegos habituales son jugadoras. Mi chica no está dentro de ese 37 por ciento, así que no puedo contestarle "pues acabo de comprar el *Gears of War*, mejor nos quedamos en casa y nos lo pasamos en modo cooperativo" y, en caso de que estuviera, jugaría a juegos tipo *Tetris*, simuladores sociales como *Los Sims* o cantaría con el *Singstar*, la DS o alguna que otra aventura gráfica.

Descuartizar alienígenas con una motosierra andaría lejos de sus planes. Aahora que las chicas empiezan a cogerle el gustillo a esto de los videojuegos, resulta que ellas juegan a las muñecas y nosotros a los vaqueros. Perra vida esta. El caso es que yo sigo intentando que mi chica no ponga cara de "ya estamos otra vez" cada vez que enciendo una consola, y voy más allá e intento incluso que juegue, cosa que sólo he conseguido con el *Wii Sports* durante un tiempo record de casi 4 minutos y medio, pero bueno, es un comienzo. En fin, que si tu novia pertenece a ese 37 por ciento, ¡enhorabuena!, yo sigo intentando que la mía ayude a engordar las estadísticas. Aunque para ello tenga que acabar jugando a las muñecas.
Alejandro Hernán

"El caso es que yo sigo intentando que mi chica no ponga cara de 'otra vez' cuando enciendo una consola, e intento incluso que juegue"

Bueno en todo este tiempo, tampoco han ayudado mucho los creadores de videojuegos para implicar a las mujeres en sus creaciones, quizá como ocurría con la televisión al principio. Pero seguro que poco a poco todo cambia y gente como la que desarrolla para Nintendo ayudarán mucho si empiezan a pensar sin prejuicios sobre el planteamiento de un nuevo juego.

Yo también soy un seguidor de la columna de Mr. Biffo y estoy de acuerdo en que sus opiniones no han dejado a nadie indiferente, pero creo que en su último artículo se ha quedado muy corto criticando a Sony, no solo ya por el precio disparatado que han puesto para su última consola en Europa. Ahora esta compañía vuelve a darnos otra bofetada a los jugadores europeos modificando esa consola para abaratar costes, quitando ciertos componentes hardware para emularlos mediante software, y esto supone que una buena parte de los juegos de PSX y PS2 no funcionarán en la nueva consola, y que los nuevos juegos para la PS3 tampoco irán igual de finos que en las consolas PS3 de EE.UU. y Japón. Los europeos somos los que pagamos más y recibi-

¡Gana un año gratis de EDGE!



Escríbenos una carta o e-mail (máx. 1.500 caracteres) opinando sobre algún aspecto de la industria del videojuego o de un videojuego. EDGE se reserva el derecho de resumirlos o extractarlos. El próximo mes una carta de las publicadas ganará una suscripción de un año a la revista EDGE, edición española. **El ganador de la suscripción de este mes ha sido Alejandro Hernán.**

mos menos a cambio. Veo que Sony sigue considerandonos a los europeos como los "tontos del pueblo" y los usuarios deberíamos hacérselo pagar bien caro. Que ese millón de consolas que nos tienen preparadas se queden donde están y le demos así un buen varapalo a su cuenta de resultados, que parece que es el único método que entienden las multinacionales.
Francisco Javier González Herranz

Es imperdonable que la retroactividad se haga aquí por software, pero... el sistema comercial de Sony, con cesiones de máquinas para promociones en el sector de la Banca y otras, parece que harán imparable la comercialización de esta máquina.

Me gustaría que desde EDGE apoyarais un proyecto que afecta a la comunidad de videojugadores hispanoparlantes. Desde hace varios meses, existe una enciclopedia libre, tipo Wikipedia, que trata específicamente de videojuegos. Se llama *Wikijuegos*. Aunque ya lleva un tiempo, no hace mucho que empezamos a consolidar su estructura, normas y diseño definitivo, por eso queremos que ahora se dé a conocer.

Lejos de pretender publicitar una simple página web, Wikijuegos es una enciclopedia libre (sin ánimo de lucro), donde todo el mundo puede editar y opinar. Nuestro objetivo es construir una gigantesca base de datos sobre videojuegos donde pueda participar activamente cualquiera.



Borja Vilela pide a los jugadores de habla hispana que colaboren en Wikijuegos.



A algunos no les ha gustado que en Europa la retrocompatibilidad sea por software.

Actualmente tenemos algo más de 400 artículos, la mayoría importados de la Wikipedia, aunque ansiamos tener una gran producción de artículos propios, con el tiempo. Todo aquel interesado, puede acceder a Wikijuegos desde la siguiente dirección: http://videojuego.wikia.com
Borja Vilela Prieto

Estas son las iniciativas que hacen tan dinámico e interesante este sector. Ánimo y a participar.

"Puedo ver *Ciudadano Kane* en cualquier reproductor de DVD pero no disfrutar de *Super Mario* o *Halo* sin tener que comprar más de una máquina"

En el número 11 hacéis una afirmación que me ha chocado y a la que me opongo. Defendéis la variedad de plataformas, y llegais a decir que, mientras más, mejor. No sé qué le veréis de positivo a que haya múltiples plataformas, pero la verdad es que más allá de la diversificación entre portátil y no portátil, me parece difícil defender el que haya tanto hardware diferente.

Desde el punto de vista de los editores, más variedad de plataformas significa una mayor segmentación del mercado, que se traduce en menos ventas de los juegos. De cara a los usuarios, elegir un hardware significa decir adiós a un sinfín de joyas, dar la bienvenida a los odios irracionales y defensas a ultranza de marcas, y, sobre todo, con cada nuevo paso generacional, se despide el legado de cada máquina. La retrocompatibilidad es una maraña de licencias que nos marcará hacia dónde tenemos que mirar y hacia dónde no cuando busquemos unos clásicos.

Y es que la Virtual Console me está haciendo ver por qué los videojuegos no son como el cine, la música, o los libros: puedo ver *Ciudadano Kane* en cualquier reproductor de DVD, lo mismo que puedo escuchar el *A Night at the Opera* de Queen sin importar el reproductor. Sin embargo no se entiende que uno no pueda disfrutar de *Super Mario* y de *Halo* sin tener que comprarse más de una máquina. Los PCs son, en este sentido, las máquinas más avanzadas conceptualmente, ya que el tener el último modelo no te va a impedir disfrutar de *Monkey Island* después de echar una partidita a *The Movies*, sin embargo, el ciclo vital de estas máquinas asusta por su inmediatez.

Siempre que se habla de este tema, me da la impresión que estamos metidos en medio de una lucha de fabricantes de consolas, tarjetas gráficas, procesadores y demás, y que llevamos tanto tiempo viéndola alrededor, que nos cuesta imaginarnos un *statu quo* diferente, sin tomar parte en esa guerra como mercenarios sin salario.
David Martínez

El razonamiento principal para apoyar una variedad de fabricantes en una industria es siempre el mismo: una situación de monopolio no es buena para el consumidor. Si todo el mercado está en manos de una sóla marca, esta podrá el precio que quiera a los juegos, a los servicios *online* y al propio hardware, además de hacer menos variedad de producto y cada mucho más tiempo para sacarle mayor rendimiento.

Soy usuario de videojuegos desde hace algo menos de ocho años. Ser nacido en el 68 implicó que a los 14, justo cuando empezaba a llegarnos algo interesante en videojuegos, mi atención se viera mediatizada por una confusión hormonal y un frenesí pubescente y epiléptico que me alejaba del Spectrum o el Amiga, para centrarme, con unción de yihadista, en conseguir un revolcón con cualesquiera voluntarias, en tanto ésta consagraba más su voluntariado a los de 18 que a mí. Total, un sinvivir: ni sexo, ni videojuegos.

Transcurridos 15 años de ir y venir sin poder pensar en el exterminio de mis fondos magros con plataformas o PCs, más allá de alguna breve dependencia del *Tetris* en ordenador ajeno,

Sigue ›

F

Tema: Juegos en busca de fama
Un grupo en el que estuve hace unos años tenía una canción a partir de la banda sonora de *Tony Hawk's Pro Skater*... y algún juego sobre aviones que se canceló. ¿Alguien más ha hecho algo en el mundo de los juegos que haya rozado la fama?
Blueprint

A mí me dio clase en el instituto un tipo que era candidato para un curro en Core. No consiguió el trabajo.
Otoko

¡Matthew Smith (el de *Manic Miner*) jugó a *Halo* en mi casa! Y a un nivel muy inferior, yo aparecí en una foto entre las mismísimas páginas de EDGE, jugando muy metido en un torneo de *Timesplitters* 2 contra David Doak (por cierto que le metí una buena paliza).
VastikRoot

Mi mamá antes trabajaba con la esposa del tío que hizo los efectos de sonido en *Bitmap Brothers*. Me firmó un póster cuando yo tenía 14 añitos.
bombfrog

Yo escribí *Knockout* para ZW Spectrum, de Alligator Software. Me pagaron unos 2.500 euros cuando tenía 15 tacos y estaba aún en el insti.
TingTongMacaDangDang

Casi me peleé en un bar en Glasgow con un tío que hizo algunos de los gráficos de *GTA 3* porque le dije que su juego era 'para lerdos' y que estaba destruyendo la infancia de miles de chiquillos.
Gremill

El hermano del ex novio de mi novia solía jugar para Cove Rangers y trabajó en el juego *Champ Manager*.
ScotsWahey

Si nos ponemos así, yo conozco a la tía de Ronnie Wallwork, y Ronnie ha participado en varios juegos *Champ Manager*, y también ha estado en *FIFA*.
Diluted Dante

Darren Mackie, el goleador del Aberdeen, me pegó en la cara cuando yo tenía 17 años. Además trabajaba con su primo Martin y mi mami conoce a la suya. Daz Mackie ha estado en *FIFA* también. Yo gano en lo que a contacto físico se refiere.
ScotsWahey

me compré una Gameboy color y un cartucho, total veinte mil, y confesé a mi chica, entre rubores, el rumboso dispendio. Por suerte, ella había sido viciosa de las aventuras gráficas para PC y, uniendo fuerzas, nos fuimos engolfando en este singular universo de las consolas, juegos y revistas de videojuegos. Podría pasarme las horas muertas estrujándome la cabeza para pensar por qué una revista es más o menos independiente, pero jamás podré comprobarlo de primera mano. Eso no explica del todo el contenido, a menudo furioso, que las cartas de vuestros lectores rezuman. Pareciera más bien que lo que gobierna las decisiones de los jugadores de videojuegos, antes que las fobias y la filias, o el simple grado de diversión, es el sentimiento de pertenencia a una tribu. De esta manera se llega a la absurda situación de que la gente se erige, a tiempo parcial, en valedor de Sony, Nintendo, Gates (en su bicefalia PC/360 ¡trabajando gratis para multinacionales cosmodemónicas!). Uno hace lo que puede con cuatro o cinco aspectos fundamentales de la existencia (amor, paternidad, educación, profesión, espíritu), y en lo accesorio, lo que pertenece al ocio, nos dejamos llevar por la pasión del hincha de fútbol; la gente es del Atletic de Nintendo o del Sony Fútbol Club.

El usuario de videojuego medio autorrestringe su libertad de opción cerrando la puerta automáticamente a una gran cantidad de producto disponible, y puede ser que, al final, la razón sea económica: arremeto contra aquéllo que está fuera de mi alcance para no correr el riesgo de necesitarlo y tener que gastar 1.200 euros en tres consolas con sus añadidos, así como unos bienios sabáticos para jugar con todo ello.

Me interesa la crítica razonada aunque esté en contra de mi opinión, especialmente si está en contra, y aunque algunos artículos y secciones vuestros tienen un no sé qué de hermético como para iniciados (abundancia de abreviaturas y términos técnicos sin glosario alguno del que echar mano), en los que a veces no sé de qué se habla hasta pasado un buen trecho, corro todos los meses al quiosco para devorarla.

Moisés Prieto

El precio de los videojuegos es caro, pero en realidad más lo era un Amiga o un Commodore 64 que se podía comprar en Andorra por unos 500 euros (casi lo mismo que una PS3). Por otro lado, y para los más jóvenes, las consolas portátiles son las verdaderas máquinas del entretenimiento; se pueden usar en cualquier parte y comparten lo juegos.

Éste es tu espacio. Envíanos un e-mail **(opinionesedge@globuscom.es)**, poniendo Fórum en el asunto. O por carta: Fórum, revista Edge, C/ Covarrubias, 1, 1ª Planta. 28010 Madrid

F

Tema: ¿Quién tiene una camiseta de EDGE y la lleva en público con frecuencia?

Las nuevas son una porquería, las antiguas eran para maníacos de los juegos, y las de antes llevaban mensajes crípticos que sólo los lectores adictos de Edge podrían entender. ¿Alguien tiene una camiseta de esas?

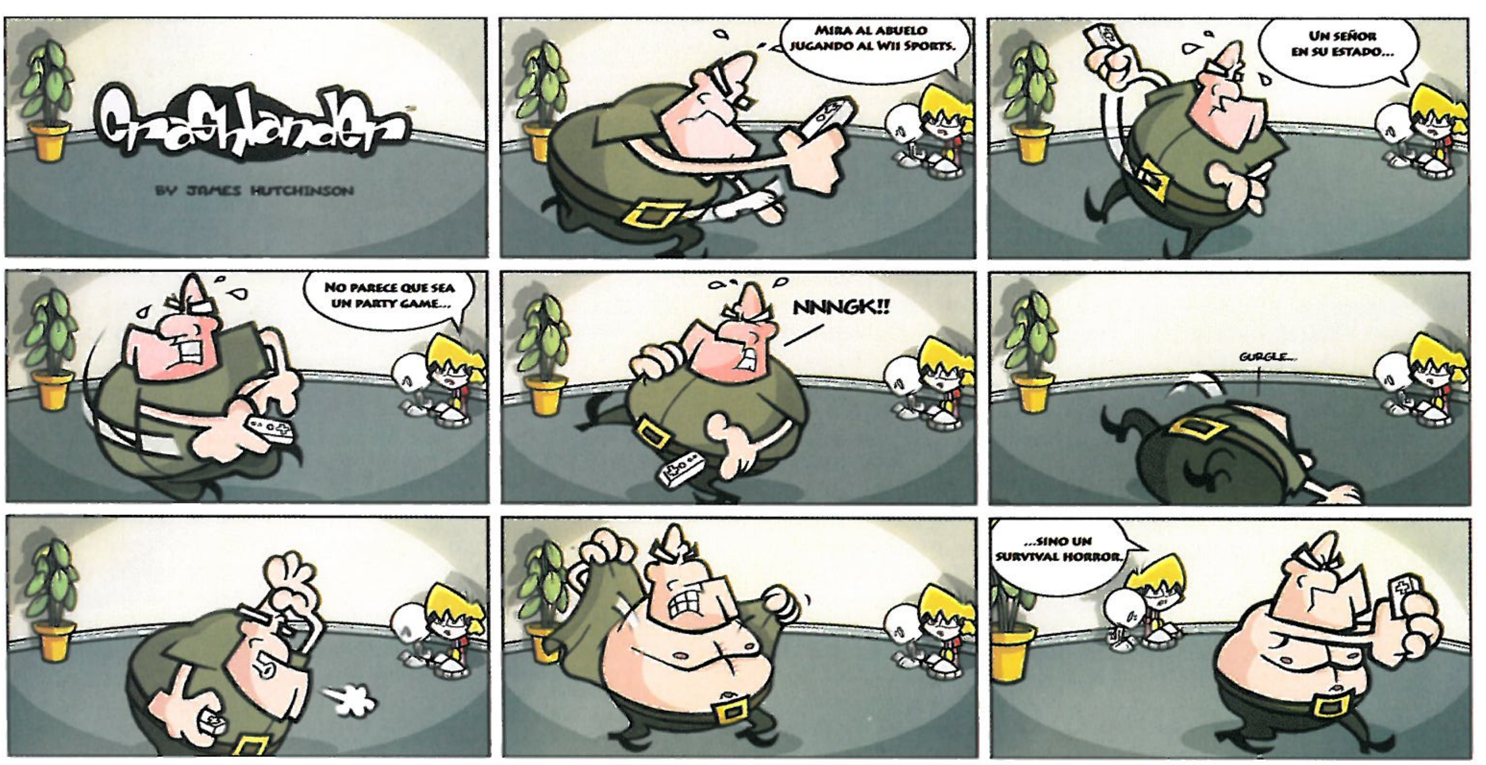
kookido

Yo llevé una en público una vez, pero me dieron una paliza unos incondicionales de *El señor de los anillos*.

hogard

Yo tengo esa tan molona de color beis con botones del mando, pero normalmente me veo obligado a llevarla bajo otras vestimentas que la tapen, como si fuera un empleado de British Airways con una joya de significado religioso.

Padster



El archivo de Crashlander está disponible en www.crashlander.com/edge



CÓMO PARTICIPAR:

Recorta y envía este cupón a Revista EDGE. Covarrubias, 1. 28010 Madrid. Sólo un cupón por persona.
El resultado saldrá publicado en el número 13 de EDGE

Nombre: .... Apellidos: ....

Tel.: .... Dirección: ....

C.P.: .... Población: ....

Provincia: .... Edad: ....

E-mail: ....

¿Qué modelo de móvil tienes?................................

¿Con qué frecuencia descargas juegos en tu móvil?................................

Próximo número

Edge 13
Virtua Fighter 5, Trackmania United, God of War 2, The Witcher, Crush, Burnout Dominator, Lunar Knights
y muchos juegos más.


Tom Clancy's
GHOST RECON
ADVANCED WARFIGHTER®
2
US ARMY
www.ghostreconmobile.com
En exclusiva en tu móvil
Vodafone live!
Descárgatelo
entrando en el Menú:
Vodafone live! > Videojuegos
o enviando JUE GRAW2 al 521
vodafone
Precio válido para Península y Baleares (IVA incluido): 3,48EUR para Vodafone live!. Precio de navegación: 58 céntimos por cada conexión. Fuera del Menú Vodafone live! 58 céntimos por conexión hasta 512 kb. El precio de conexión incluye todo el tráfico de datos y el acceso a contenidos gratuitos. Infórmate en el 1444 o en www.vodafone.es/live.
© 2007 Gameloft. All Rights Reserved. Published by Gameloft under license from Ubisoft Entertainment. Ghost Recon, Ghost Recon Advanced Warfighter, Ubisoft and the Ubisoft logo are trademarks of Ubisoft Entertainment in the U.S. and/or other countries. Gameloft and the logo Gameloft are trademarks of Gameloft in the US and/or other countries.
UBISOFT
Mas juegos en
gameloft
www.gameloft.com


3+
www.pegi.info
EL PROGRAMA DE AJEDREZ CAMPEÓN DEL MUNDO
Abrir Reproducir Parar Pausa 00:00.0
AJEDREZ PREMIUM
fritz powered
Disfruta del programa de ajedrez más vendido y galardonado del mundo | Ajedrez Premium adapta su fuerza a tu nivel y te ofrece pistas para ayudarte a mejorar tu juego | Análisis de jugadas, libro de aperturas y una base de datos con medio millón de partidas históricas.
Entrenador personal que te ayuda a elegir el mejor movimiento
Tres meses de acceso gratuito a Playchess Online
Clases magistrales de Garry Kasparov
Detallado manual a color
Hazte con él por sólo
9'95€
FX
FXINTERACTIVE.CO